

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA



TESIS DOCTORAL

**Introducción de un nuevo enfoque para el estudio de la brecha
democrática en España: la perspectiva analítica**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Stefano de Marco

Directores

José Manuel Robles Morales
Mirko Antino

Madrid, 2013

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA



**INTRODUCCIÓN DE UN NUEVO ENFOQUE PARA EL
ESTUDIO DE LA BRECHA DEMOCRÁTICA EN ESPAÑA:
LA PERSPECTIVA ANALÍTICA**

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR PRESENTADA
POR:**

Stefano De Marco

Bajo la dirección de los doctores:

José Manuel Robles Morales (Sociología III, Fac. CCPP y Sociología)

Mirko Antino (Metodología Ciencias del Comportamiento, Fac. Psicología)

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	5
Política, internet y modelos de democracia digital	6
La visión normativa de los usos políticos de Internet	9
La perspectiva sociológica en el estudio de los usos políticos de Internet.....	13
El enfoque sociológico: brecha digital, digital inequality y brecha democrática	17
Objetivos del estudio	19
2. BRECHA DEMOCRÁTICA Y ENFOQUE ANALÍTICO	27
LAS DESIGUALDADES DIGITALES Y LA BRECHA DEMOCRÁTICA	27
PROPUESTA DE ESTUDIO PARA LA BRECHA DEMOCRÁTICA EN ESPAÑA	33
La e-administración	34
El consumo de información política online	36
La participación política digital	40
Propuesta de diagnóstico de la Brecha Democrática en España	44
BRECHA DEMOCRÁTICA Y EL ENFOQUE ANALÍTICO	47
Las actitudes políticas	51
La participación política offline	57
Habilidades digitales	59
NUEVAS HERRAMIENTAS ESTADÍSTICAS PARA EL ESTUDIO DE LOS FACTORES DE INFLUENCIA DE LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA DIGITAL	62
3. ESTUDIO DE LA BRECHA DEMOCRÁTICA EN ESPAÑA	67
INTRODUCCIÓN	67
LOS DATOS	69
Encuestas españolas sobre usos políticos de Internet	69
Los datos utilizados para la construcción de las series temporales	73
Características del diseño del estudio 2736	77
ANÁLISIS	80
Análisis de las series temporales	81
Resultados I: El acceso a Internet	84
Resultados II: Usos vinculados a la e-administración	89
Resultados III: Consumo de información política online	105
Resultados IV: La participación política digital	111
DISCUSIÓN	126
4. FACTORES DETERMINANTES DE LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA DIGITAL	133
INTRODUCCIÓN	133
METODOLOGÍA	135

El estudio 2736 del CIS: Internet y Participación Política.....	136
Análisis factoriales.....	141
Análisis de regresión múltiples.....	142
RESULTADOS.....	144
Análisis Factoriales.....	144
Análisis de regresión.....	161
MODELO DE ECUACIONES ESTRUCTURALES.....	171
Descripción del modelo.....	172
Resultados.....	179
DISCUSIÓN.....	182
5. CONCLUSIONES.....	187
DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	189
La brecha democrática en España.....	189
Estudio de los mecanismos de influencia de la brecha democrática.....	191
Análisis conjunto de los factores de influencia.....	202
OBSERVACIONES METODOLÓGICAS, LIMITACIONES Y FUTURAS INVESTIGACIONES	205
6. ANEXOS.....	211
EL CUESTIONARIO DEL ESTUDIO 2736.....	211
7. BIBLIOGRAFÍA.....	219

1. INTRODUCCIÓN

Recientemente, la comunidad académica ha prestado mucha atención a los efectos de la introducción de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), y sobre todo de Internet, en el ámbito político (Castells, 2010). Sin embargo, todavía no se ha encontrado un consenso sobre cómo estudiar este fenómeno. De hecho, el ámbito de estudio de la relación entre internet y política se caracteriza por la presencia de múltiples enfoques y perspectivas de estudio. Dicha variedad, sin embargo, no contribuye a una profundización de las distintas facetas que caracterizan a un fenómeno social complejo como el aquí tratado. Al contrario, está generando resultados muy diversos y de difícil inclusión en un marco común.

Así, el presente trabajo tiene como objetivo principal lo de apoyar una perspectiva concreta para el estudio de los efectos de la introducción de Internet en el espacio

político. Dicho enfoque, de matiz sociológico, coincide con el de la brecha democrática (Norris, 2001), que pone énfasis en las desigualdades que se originan a raíz de la diferente distribución de los usos políticos de Internet entre la población. Estos son todos aquellos usos de la herramienta que estén vinculados a la política (Anduiza et al., 2010a). Entre dichos usos se encuentran la e-administración, el consumo online de información política y los usos de participación política digital.

Al mismo tiempo, se quiere aportar un método de investigación fuerte para este enfoque, basado en el estudio empírico de variables predictivas. Dicha propuesta metodológica, llegaría de las aportaciones de los sociólogos analíticos (Noguera, 2010). A raíz de los planteamientos de estos autores, se defenderá la necesidad de estudiar los factores de carácter individual que están a la base de la adquisición, por parte de los internautas, de los usos políticos de internet. Dichos factores, permitirían explicar el fenómeno de la brecha democrática. Diferentes autores vienen llamando la atención sobre la necesidad de estudiar los factores que, de forma exclusiva y peculiar, favorecen la puesta en marcha de prácticas participativas digitales (Gibson et al., 2005). Aquí se pretende introducir una metodología de estudio robusta para sistematizar el estudio de dichos factores determinantes. Para ello se propondrá abandonar los modelos de estudio del fenómeno de la brecha digital de tipo “correlacionales” a favor de los modelos computacionales o de ecuaciones estructurales (Lizón, 2006).

Política, internet y modelos de democracia digital

Los primeros esfuerzos investigativos acerca de la relación entre internet y política han sido de tipo teórico-especulativo. En este sentido, se ha generado una profunda reflexión sobre los posibles modelos de democracia digital que la introducción de internet, en un marco legal de participación política, podría producir. Al hablar de democracia digital

se hace referencia al resultado de la unión entre, por una parte, la estructura democrática de una comunidad política y el ejercicio de sus funciones de gobierno y, por otra, el uso de las TIC e Internet (Dahlberg, 2001). Así pues, diferentes autores han propuesto diferentes taxonomías de modelos de democracia digital (Dahlberg, 2001; Van Dijk y Hacker, 2000, Subirtas, 2002). Por ejemplo, Van Dijk (2000) plantea una taxonomía basada en los modelos elaborados por Held (1996) y organizada según dos parámetros. El primero tiene que ver con los objetivos que se persiguen a través de las TIC: la formación de opiniones o la toma de decisiones. El segundo distingue entre las dos posibles maneras de alcanzar estos objetivos, es decir, a través de formas democráticas directas o formas democráticas representativas. De esta forma, los autores plantean la existencia de seis posibles modelos de democracia digital: Legalista, Competitiva, Plebiscitaria, Libertaria, Pluralista y Participativa.

Otra clasificación teórica muy utilizada de los posibles modelos de democracia digital es la de Subirats (2002). Este autor genera su taxonomía a partir del cruce de dos variables: el grado con el que Internet va a modificar la forma actual de la participación democrática y el terreno político en el que Internet va ser introducido. Parece lógico pensar que las formas en las que se va a hacer uso de Internet estarán marcadas por los objetivos que persigue la introducción de dicha herramienta. En otras palabras, sería natural, en primer lugar, plantearse en qué medida o en qué grado el uso de Internet varía o variaría la situación actual de la democracia. En otro sentido, cabría preguntarse si el uso de Internet está orientado a la elaboración de políticas (*policy*) o a la construcción de nuevas formas de hacer política (*polity*). En base a esta categorización, el autor propone cuatro modelos de democracia digital: la e-administración, la mejora en los mecanismos de gobierno representativo, la prestación de servicios y los procesos de democracia directa.

Un elemento común a todos los autores que han desarrollado taxonomías de modelos de democracia digital es el interés hacia el llamado modelo “fuerte” de democracia (Hacker and van Dijk, 2000). Se trata de un modelo en el que se combinan elementos de democracia representativa y directa. La unión entre estos dos elementos se vería favorecida por la difusión de información "neutra" que permitiría al ciudadano participar con espíritu crítico en el proceso de toma de decisiones (Oates, 2003; Janssen and Kies, 2005). Se trata de un modelo cuyo fin es innovar sobre la base de prácticas representativas de participación. La pregunta que se han formulado autores como Coleman (2005) o Lusoli, Ward y Gibson (2006) es en qué medida y de qué forma modifica esta práctica las formas tradicionales de representación.

Según Coleman (2005), la democracia digital fuerte implicaría cambios en la concepción y naturaleza de la representación política. A través de este tipo de prácticas se pasa de una legitimación de tipo contractual (basada en el compromiso entre representante y representado en base al programa electoral) a una forma de representación permanente. Ésta sería un tipo de representación en la que el representante reacciona y se ajusta ante las demandas de sus electores potenciales, tal y como plantea también Mansbridge (2003), al prever un cambio desde la representación basada en la promesa a una basada en la anticipación de las opiniones y preferencias del electorado. También se trata de un cambio en la forma de representación en la medida en que se introduce el elemento deliberativo (Janssen and Kies, 2005). Esta evolución permite pensar en un sistema de representación mucho más participativo. Un sistema en el que ciudadano puede, además de exigir al representante determinadas demandas a lo largo del periodo de gobierno, discutir los problemas públicos con dicho representante o con otros ciudadanos.

En este mismo sentido, según Lusoli, Ward y Gibson (2006), uno de los posibles escenarios que podrían concretarse como consecuencia de la introducción de las TIC en la política representativa tiene que ver con el “reforzamiento” de las prácticas existentes. Las TIC pueden aportar oportunidades adicionales para la participación del público, lo que, a su vez, podría ayudar a renovar el compromiso del interés público y la confianza en los políticos, reconectando a los miembros del parlamento con el electorado. Si bien esto puede implicar técnicas de democracia directa, en la realidad este proceso está más centrado en la relación entre ciudadanos y parlamentarios y partidos.

La visión normativa de los usos políticos de Internet

Pese a la gran variedad de posibles escenarios democráticos que, según los autores, se podrían generar a partir de la introducción de internet en el espacio político, los modelos recién descritos no tienen todavía cauces institucionales que los sustenten. De hecho, se organizan alrededor de un gradiente de "realismo": partiendo de formas de democracia digital ya implantadas en muchos países occidentales, como por ejemplo la e-administración, hasta llegar a formas democráticamente innovadoras de participación, pero todavía no contempladas en los marcos normativos e institucionales de la mayoría de los países, como pueda ser la introducción de referéndums online, del voto electrónico o de procesos deliberativos a través de Internet. Esto se debe a que las legislaciones y las Constituciones de la mayoría de los países occidentales no contemplan estas formas de democracia digital, quitándole así valor político en un sentido clásico (Lane, 1959).

Esta es una visión de la participación propia de las ciencias políticas: una impostación normativa, que otorga dignidad de participación a aquellas formas que tienen cauces

legales que las contemplen o que tengan algún impacto sobre el sistema político. Una perspectiva "desde arriba" que establece a priori lo que es participación política y lo que no, sin considerar la perspectiva del agente, sino la del sistema político que recibe los efectos de la participación. Dicha perspectiva está apoyada en la teoría de la elección racional (Amadae and Bueno de Mesquita, 1999) que, según teóricos como Becker (1996) o Coleman (1986a), debería ser la base explicativa de la conducta humana para todas las ciencias sociales (Boudon, 2006). Según esta teoría la gente actuaría persiguiendo su máxima satisfacción personal: serían las consecuencias de las acciones lo que explicaría el porqué de la puesta en marcha de una determinada acción. Dado que, como ya se ha dicho, la mayoría de los usos políticos de internet no pueden tener un efecto normativizado sobre el sistema político por falta de cobertura legal, las ciencias políticas no los consideran como actos políticos en sí. Consecuentemente, la perspectiva politológica ha estudiado los usos políticos de internet sólo en relación a la participación política offline. De este modo, el efecto de los usos políticos de internet sobre el sistema político existiría en cuanto mediado por la participación tradicional. Esta perspectiva ha generado un filón de investigaciones que ha orbitado alrededor de la teoría de la normalización (Margolis and Resnick, 2000). Según esta perspectiva teórica, los patrones característicos de las relaciones socioeconómicas y políticas del mundo real se están trasladando al ámbito digital: sólo los partidos más grandes se beneficiarían de la visibilidad de internet, sólo los ciudadanos ya políticamente activos utilizarían internet con fines políticos, y no habría espacio para el ciudadano de a pie de amplificar su voz y punto de vista sobre cuestiones políticas. En otras palabras, internet no tendría efectos sobre el sistema político, porque las prácticas políticas que vehicula no generan ningún tipo de efecto sobre las formas institucionalizadas de participación. Los ámbitos de estudio en los que se ha intentado confirmar esta teoría han tenido como objeto los

partidos políticos y la participación ciudadana. Sin embargo, los resultados de estas investigaciones no han alcanzado una interpretación unívoca.

Aplicada a los partidos políticos, la hipótesis de la normalización plantea que los partidos dominantes en la arena política convencional mantienen una posición privilegiada también en el ciberespacio. En el terreno de las estrategias de comunicación, esta teoría defiende que el uso de internet por parte de los partidos políticos está orientado únicamente a agilizar y abaratar los costes de transmisión de sus mensajes (Jackson, 2007). A estas conclusiones llegan, por ejemplo, Bimber y Davis (2003) al sugerir que las campañas electorales online sólo refuerzan los mensajes transmitidos a través de los medios de comunicación tradicionales.

Frente a la teoría de la normalización, autores como Norris (2003), Tkach-kawasaki (2003), March (2004) y Shynkaruk (2005) han planteado que las páginas webs de los partidos políticos sí presentan aspectos innovadores. Entre ellos, fomentar la expresión de opiniones plurales y permitir a los partidos menores una mayor visibilidad de la que tienen offline. De esta manera, el ciudadano vería aumentada la cantidad de información a su alcance, así como las opciones electorales disponibles (Norris, 2003). Desde este punto de vista, las páginas web de los partidos facilitarían los intercambios entre ciudadanos y partidos políticos ofreciendo, de esta forma, un nuevo canal para la participación política. Los resultados de las investigaciones de Schweitzer (2005) (2005) y Pedersen y Sagle (2005) parecen apoyar esta tesis.

Desde la perspectiva de la participación ciudadana, la teoría de la normalización defiende que Internet sólo representa una herramienta más a disposición de los ciudadanos que ya son políticamente activos. En este sentido, Bimber (2001) sugiere que la información accesible a través de Internet no tiene efectos sobre el aumento de la participación política. También según Scheufele y Nisbet (2002) el uso de Internet no

tiene efectos positivos en la promoción de la participación política. Según los autores, los medios de comunicación tradicionales siguen siendo los que más favorecen el desarrollo de la ciudadanía. Finalmente, según Boogers y Voerman (2003), el uso político de las páginas web por parte de los usuarios no tiene como consecuencia un aumento de la participación política. Así, tanto los ciudadanos afiliados a un partido político, como los ciudadanos no posicionados ideológicamente, visitan las webs de los partidos políticos para informarse sobre algún aspecto concreto de una campaña electoral o sobre algún tema de su interés, pero esto no implica que se transformen en activistas.

Frente a este enfoque, los defensores de “la nueva movilización” plantean que Internet no sólo provee a los ciudadanos políticamente activos un canal más de acción política, sino que su uso repercute positivamente en la participación al incorporar a la política a ciudadanos que, de otra forma, quedarían al margen (Delli Carpini, 2000; Tolbert and McNeal, 2003; Krueger, 2002; Quintelier and Vissers, 2008). En este sentido, Kenski y Stroud (2006), utilizando los datos de la National Annenberg Election Survey del año 2000, ponen de manifiesto que el uso de internet y la exposición a la información online de las campañas electorales tiene efectos positivos, aunque modestos, sobre la participación política y sobre el conocimiento y la eficacia política. También Ward, Gibson y Lusoli (2003) estudiando entre 2001 y 2003 las actividades online de 30 organizaciones de base británica, como ONGs, sindicatos o redes de protesta, han mostrado cómo Internet favorece la movilización de grupos e individuos políticamente menos implicados.

Sin embargo, pese a la disputa académica, los datos no permiten alcanzar una conclusión unívoca sobre el tema, dejando todavía la incertidumbre de si, efectivamente, los usos políticos de internet tienen algún tipo de efecto sobre la

participación política offline y, como consecuencia, sobre el sistema político (Boulianne, 2009). Esta es la razón por la que todavía las ciencias políticas no se han centrado en un estudio pormenorizado de este tipo de usos de internet, así como tampoco se han ocupado de los factores que pueden facilitar su adopción ni de las consecuencias que llegarían de una desigual distribución de dichos usos entre la población.

La perspectiva sociológica en el estudio de los usos políticos de Internet

Sin embargo, junto a la corriente de estudio politológica de los usos políticos de internet también hay otra corriente, más relacionada con la sociología, que se centra en los agentes que adoptan estos usos, más que en los efectos éstos puedan tener. Dicha corriente también se ocupa de las características de los internautas que usan internet con fines políticos y en los factores que favorecen la adquisición de este tipo de usos. En la base de este cambio de enfoque está la adopción de un criterio de racionalidad alternativo al de la instrumental (Boudon, 2006). La perspectiva de estudio proporcionada por la teoría de la elección racional, y adoptada por las ciencias políticas, resulta ser deficitaria a la hora de explicar por qué la gente pone en marcha conductas que sí tienen una connotación política, pero ningún "efecto" sobre el sistema político: votar a un partido político minoritario, boicotear determinados productos por razones políticas o dedicar tiempo libre a la profundización de asuntos de carácter político. En la misma línea, también la adopción de prácticas políticas digitales dejan de tener un sentido como objeto de estudio, ya que muchos autores plantean que este tipo de participación es una participación "sin costes" y que, por lo tanto, no generaría efectos sobre el sistema político (Morozov, 2011).

Sin embargo, diferentes autores encuentran en los usos políticos de internet muchos elementos potencialmente ventajosos para el internauta que los adopta. Los usos de e-administración, por ejemplo, permitirían al internauta interactuar de forma más flexible y transparente con la Administración pública. El consumo de información política online, por otra parte, permitiría al internauta obtener noticias sin tener que pagar y pudiendo acceder a fuentes alternativas a las de los medios principales. Finalmente, las actividades relacionadas con la participación política online permitirían acortar distancias entre representante político y ciudadano, haciendo sentir a este último que está efectivamente interactuando con la gente a la que ha votado, más allá del solo proceso electoral. A la vez, este tipo de actividades online permitirían al ciudadano sentirse participe de los procesos de toma de decisiones políticas (Shah et al., 2007; Tsfati, 2010; Althaus and Tewksbury, 2000; Adams et al., 2003). Así pues, más que utilizar los principios de la elección racional, los sociólogos que se han ocupado de los usos políticos de internet se apoyan a los supuestos de la psicología racional (Boudon, 2006). Esta disciplina busca las causas de una acción individual en el significado que el actor da a esta acción, y no en las consecuencias de la acción misma. En otras palabras, lo que se pretende hacer es reconstruir las razones y las motivaciones que llevan un individuo a poner en marcha sus acciones políticas, a pesar de los efectos “normativos” que conlleva. Cada actor generaría su teoría acerca del mundo que le rodea, la cual haría que el sujeto percibiera los efectos de sus acciones como potencialmente beneficiosos y, en consecuencia, le empujaría a ponerlas en marcha.

Según Boudon (2006), la teoría de la elección racional no sería capaz de explicar conductas como el voto individual, consideradas propias de un agente "irracional", debido a las escasísimas probabilidades que el voto individual tiene de influir en el sistema político. Sin embargo, enfocando la misma conducta desde la perspectiva del

sujeto, ésta tendría una posible explicación en su actitud favorable hacia la democracia y hacia la política. Es decir, el hecho de que un individuo vote no se debería al beneficio objetivo que este obtendría en términos de influencia sobre el sistema político, sino a las actitudes favorables hacia el proceso democrático y hacia la participación política. Éstas harían que el sujeto necesite ser parte del proceso democrático, sin delegarlo a otras personas y, para satisfacer esta necesidad, decida ir a votar.

En este trabajo se adoptará esta segunda perspectiva: en lugar de especular sobre los efectos de estos usos de internet sobre el sistema político, esta investigación se centrará en la perspectiva del agente que pone en marcha estas prácticas y en los beneficios subjetivos que están vinculados a ellas.

A pesar de estas consideraciones sobre la racionalidad que guía la acción política del ciudadano digital, existen elementos empíricos por los que los usos políticos de internet sí pueden tener un efecto sobre el sistema político (Klotz, 2007; Bennet and Toft, 2009). Dichos efectos, sin embargo, se producirían de manera indirecta a través la influencia sobre la opinión pública y sobre la agenda política de un país. Los usos políticos de internet, de hecho, pueden generar cambios en los niveles de capital social en las redes sociales. Dichos cambios, a su vez, pueden llegar a generar consecuencias sobre la opinión pública (Sæbø et al., 2009). Esto resulta aún más razonable si se enfoca desde la perspectiva histórica de los cambios que ha conocido la realidad política internacional en el último año, la mayoría de los cuales han sido impulsados a través de Internet. Ejemplos de estos cambios son la primavera árabe y las movilizaciones conseguidas a través de las redes sociales en países como Túnez y Egipto, la actual escritura de la nueva constitución islandesa, fundamentada en el intercambio de opiniones entre ciudadanos a través de facebook y, finalmente, la movilización ciudadana conseguida en 2011 en España a través de internet para el movimiento "15M". De hecho, como

afirman Anduiza et al (2010a): “¿puede no considerarse participación el hecho de escribir comentarios políticos en blogs cuando éstos comienzan a tener un papel propio en la definición de la agenda mediática y, por lo tanto, política?” (pág. 135).

A raíz de estas consideraciones, la sociología se ha ocupado de los usos políticos de internet como objeto de estudio “per se”, es decir, no necesariamente vinculados a la participación política offline. En base a esta perspectiva se ha estudiado la difusión de los usos políticos de internet y de la segmentación de esta difusión dentro de los diferentes estratos que componen la población. Si, como se ha dicho anteriormente, existen algunos elementos potencialmente ventajosos que están detrás de la adopción de los diferentes usos políticos de internet, es importante saber si estos beneficios, casi todos relacionados con el ámbito político, están uniformemente distribuidos entre la población o si sólo están a disposición de una minoría. De ser así, estaríamos en presencia de una *Brecha democrática* (Norris, 2001). Es decir, por un lado el hecho de que sólo una minoría de la población gozase de determinados beneficios políticos generaría desequilibrio en las relaciones de poder entre ciudadanos. En segundo lugar, ya que las herramientas que internet pone a disposición de las actividades políticas se desarrollan en base a las características de los usuarios, cabe el riesgo que esta tecnología solo responda a las necesidades técnicas de algunos estratos de la población, excluyendo a los demás y haciéndoles más difícil el acceso a la tecnología (Norris and Curtice, 2006). En el presente trabajo se aplicará la perspectiva sociológica al estudio de los usos políticos de internet en España. Se quiere averiguar, en primer lugar, si existe también en este país un estado de brecha democrática y, en segundo lugar, cuáles son los mecanismos que están en la base de este fenómeno. Este tipo de enfoque coincide con aquel de los estudiosos de las desigualdades digitales y de la sociología analítica.

El enfoque sociológico: brecha digital, digital inequality y brecha democrática

En los últimos años las sociedades occidentales han conocido un aumento en la difusión del acceso a Internet entre la población (Attewell, 2001). Por esta razón, la comunidad académica ha considerado la posibilidad de que la brecha digital, es decir, el desigual acceso a Internet por parte de la población (DiMaggio et al., 2001), esté destinada a desaparecer, dejando paso a otros tipos de desigualdades (Di Maggio et al., 2004). En este sentido, la comunidad académica ha empezado a hablar recientemente de *Digital Inequality* (Hargittai and Hinnant, 2008). Dicha noción parte de varias premisas. La primera de ellas es el ya mencionado argumento del realismo de la inclusión digital. Es decir, comenzamos a movernos en un escenario en el que el objeto de estudio son los ciudadanos que utilizan Internet. La segunda de estas premisas es que no todos los usos de este medio son iguales. Así, mientras que unos favorecen el capital social, las posibilidades de progresar profesionalmente o el disfrute de bienes y servicios mejores y más económicos, otros son sencillamente reproducciones on-line de actividades que pueden ser realizadas sin más offline o que, pese a ser novedosas, no aportan ningún valor social, político o económico añadido. Por usos beneficiosos y avanzados de Internet se entienden aquellos usos que permiten satisfacer necesidades individuales concretas a través de la consecución de determinados objetivos “digitales”, aumentando la calidad de vida del internauta y permitiendo cumplir con sus expectativas y preferencias (Stafford et al., 2004). Así, se entiende por Digital Inequality las diferencias existentes entre unos usuarios de Internet y otros en función de sus capacidades para obtener ventajas y beneficios del uso de esta tecnología (Di Maggio et al. 2004) . Los especialistas hipotetizan con la tesis de que, a diferencia de la Brecha digital, esta forma de desigualdad, lejos de reducirse, está aumentando o, al menos, se

mantiene entre los grupos socialmente mejor posicionados y los grupos sociales peor posicionados (Di Maggio et al. 2004).

Por ende, una distribución desigual de los usos de internet que tienen que ver con el ámbito político entre la población como, por ejemplo, las practicas de participación política digital, los usos vinculados a la e-administración o el consumo de información política online, podría generar una *digital inequality* que se expresaría en el campo de la igualdad política: la así llamada brecha democrática (Norris, 2001; Min, 2010). Recientemente se ha prestado mucha atención al impacto que internet puede tener en términos de igualdad política (Herrnson et al., 2007). Tradicionalmente, las investigaciones que han tenido como objeto la brecha democrática se han fundamentado en la observación de la influencia de las variables sociodemográficas sobre la adopción de los usos políticos de Internet. En términos formativos, se habla de la relación entre usuarios cualificados y los usuarios no cualificados, y entre los usuarios políticamente comprometidos y los políticamente indiferentes (Hargittai, 2002b; Norris, 2001). Autores como Norris y Curtice (2006), plantean, partiendo del marco teórico del “mercado político”, que el impacto de esta forma de participación política digital se mide en términos de la interacción entre la oferta de información y comunicación proporcionada a través de Internet, y la "demanda" de los usuarios. Igualmente, mantienen que dichas demandas dependen, en gran medida, de las características sociales y de la formación política de los internautas. Consecuentemente, la brecha democrática se concreta en el riesgo de que sólo determinados grupos sociales colaboren en la creación y modelización del espacio político digital, haciéndolo a su medida y excluyendo así a otros grupos sociales. En tal caso, los beneficios que se adquiriesen de estos usos sólo resultarían en favor de segmentos concretos de la población.

Objetivos del estudio

El presente trabajo adopta la perspectiva sociológica para el estudio de los usos políticos de internet. Ya que no se pueden conocer *a priori* los efectos de los usos políticos de internet sobre el sistema político, puesto que no hay cauces normativos que prevean dichos efectos, se asume el punto de vista del sujeto que implementa determinadas acciones online. Así, se da por sentado que los usos políticos de internet, pese a no tener efectos “institucionalizados”, responden a determinadas necesidades de los internautas que los adoptan¹. Partiendo de esta premisa, el enfoque sociológico se ha dedicado a estudiar las desigualdades que se originan a raíz de la brecha democrática.

Así, esta tesis doctoral tiene el objetivo de proporcionar un enfoque y un método de estudio robusto que sustenten la investigación sobre el fenómeno. El punto de partida es la perspectiva de la teoría sociológica analítica (Noguera, 2010), de la que se apoya su propuesta de caminar hacia la *unidad de las ciencias del comportamiento* (Gintis, 2004) y de explicar los fenómenos sociales a partir de mecanismos inherentes las conductas individuales. En el caso de la brecha democrática, este enfoque se traduciría en el estudio de las variables predictivas de la adquisición de los usos políticos de internet por parte de los internautas. De esta manera, se podría explicar el por qué de la desigual distribución de dichos usos entre la población. De hecho, uno de los filones investigativos más recientes y prometedores acerca de los usos políticos de internet está relacionado con los factores que facilitan la adquisición de estos usos por parte de los internautas (Gibson et al., 2005).

¹ No se dispone, por lo menos en relación al caso español, de datos sobre el tipo de necesidades a las que satisfacen los usos políticos de internet. Sin embargo, este es el objetivo central del estudio cualitativo que el equipo de investigación del proyecto CSO2009-13771 financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación del gobierno español ha comenzado a realizar en el mes de octubre de 2011.

Para cumplir con estos dos objetivos de investigación, se recurrirá al caso de estudio español. En primer lugar se diagnosticará la eventual presencia de un fenómeno de brecha democrática en España. Para ello, se ha decidido estudiar la evolución en la difusión de estos usos dentro de la población española. Esta decisión se debe a que, según autores como Van Dijk (van Dijk, 2006; van Deursen and van Dijk, 2009), el estudio de la brecha democrática debe necesariamente pasar por un estudio de la evolución *en el tiempo* de la difusión de los usos políticamente ventajosos de internet. Sólo conociendo los patrones temporales de difusión de dichos usos será posible comprender qué segmentos de población se benefician más de las ventajas que éstos aportan. Así pues, la primera parte de este trabajo estará dedicada a la descripción de la evolución de la penetración en la sociedad española de los usos de internet relacionados con la e-administración y con el consumo de información política online. Además de utilizar series temporales, se desglosarán dichas series según las variables sociodemográficas clásicas utilizadas en la investigación sobre brecha democrática (Hargittai and Hinnant, 2008; Min, 2010): edad, nivel de estudios y estatus socio-económico. La primera serie, construida a través de los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provenientes de la encuesta "Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares", cubrirá los años que van de 2004 a 2010. Para ello se utilizarán tres indicadores de la e-administración: "Obtener información de páginas web de la Administración", "Descargar formularios oficiales" y "Enviar formularios cumplimentados". El segundo uso, relativo al consumo de información política online, se estudiará a través del uso de series temporales que cubren el tramo temporal que va de 2004 a 2011 y que se han construido a partir de diferentes bases de datos del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). Estas series temporales se compararán con las series relativas a la difusión del acceso a internet en

España. Esta decisión se debe a que no es posible conocer el nivel de brecha democrática sin saber cuánto está difundido internet entre la población. Es decir, sólo se puede conocer el nivel de brecha democrática en comparación con el nivel de brecha digital de primer nivel. Para ello, también se utilizarán los datos del INE de la encuesta "Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares", pero con referencia al periodo que va de 2004 a 2011.

Para tener en cuenta los patrones de difusión en el tiempo de estos usos de internet, se recurrirá a los conceptos de normalización y estratificación elaborados por Norris (2001). Dichos conceptos se refieren, respectivamente, a la reducción o a la cristalización de las desigualdades de difusión de los usos ventajosos y beneficiosos de internet en el tiempo entre los diferentes segmentos poblacionales.

Con respecto a la participación política digital, como se verá más adelante, los únicos datos recogidos en España son del año 2007. Dichos datos han sido proporcionados por la encuesta del CIS "Internet y participación política" (ref. 2736), que incluye seis indicadores de diferentes actividades de participación política digital: contactar con un político o con un partido político a través de internet, contactar con una administración para quejarse o protestar, comunicar con una asociación u organización a través de internet, donar o recaudar dinero online a favor de una campaña o para una organización/asociación, escribir comentarios en un Blog o Foro de contenido social o político y firmar una petición online. Ya que los datos sólo se refieren a un año concreto, no se podrá, para este caso, estudiar ninguna serie temporal. Sólo se desglosarán los porcentajes de uso por cada uno de los indicadores a de estas formas de participación política digital, por edad, nivel de estudios y estatus socioeconómico, con referencia al año 2007.

En segundo lugar, en el presente trabajo se intentará sistematizar el estudio de los factores individuales que están detrás del fenómeno de la brecha democrática. Para ello se estudiarán las variables predictivas de la adopción de un uso concreto de internet: la participación política digital. Las variables predictivas utilizadas en este trabajo son: las actitudes políticas, las habilidades digitales y las conductas offline de participación política del internauta. Los datos utilizados coincidirán con los del estudio 2736 del CIS.

A la vez, siguiendo los planteamientos de los sociólogos analíticos (Lizón, 2006), se testará la bondad de los modelos estadísticos complejos que pongan en relación simultánea diferentes variables predictivas entre ellas, junto también con la variable dependiente. Según los metodólogos analíticos, las relaciones estadísticas proporcionadas por los modelos de regresión, por sí solas, no pueden ser utilizadas para generar modelos explicativos de la conducta política digital. En primer lugar porque existe un riesgo muy elevado de considerar erróneamente como válidas relaciones que, de por sí, pueden ser mediadas o no subsistir. En segundo lugar, porque está muy difundida entre los investigadores la errónea costumbre de tomar la significatividad de una relación entre variables como índice de relación causal entre las mismas (Lizón, 2006). Puesto que en ciencias sociales la implementación de diseños experimentales, los únicos que permitan plantear relaciones causales entre variables, resulta inviable, debido a la naturaleza misma de los fenómenos objeto de estudio, hay que tener cautela en la interpretación de dichas relaciones. Sin embargo, para poder hacer interpretaciones más sustantivas es posible recurrir a modelos de ecuaciones estructurales. Estos permitirían incluir simultáneamente todas las variables relevantes para la conducta objeto de estudio junto con las relaciones entre ellas. Para comprobar la bondad de esta opción metodológica, se confrontarán los resultados producidos por la implementación de

modelos de regresión, característicos del modelo “correlacional”, con aquellos producidos por los modelos de ecuaciones estructurales, promovidos por el enfoque analítico. Todo ello en relación al estudio de los determinantes de la participación política digital y utilizando, para los dos tipos de modelos, los mismos datos.

A la vez, se intentará promover el uso de cuestionarios con preguntas que permitan la construcción de indicadores complejos, más aptos al estudio de factores determinantes de una conducta. De hecho, en el estudio 2736, los factores de influencia han sido medidos, cada uno, recurriendo al uso de múltiples variables. En consecuencia, antes de implementar los modelos de regresión y de ecuaciones estructurales, se ha decidido proceder a un estudio de eventuales dimensiones subyacentes de cada uno de estos factores, a través de la implementación de tres análisis factoriales. De esta manera ha sido posible resumir la información de las diferentes variables proporcionadas por el estudio 2736 en un número menor de dimensiones.

En relación a los datos utilizados en este trabajo, cabe destacar que el estudio 2736 sólo mide aquellas creencias y actitudes que se consideran clásicas en el estudio de la participación política offline (Zmerli et al., 2007), pero no mide las creencias y actitudes más vinculadas a la participación política digital, como por ejemplo, las post-materialistas (Theocharis, 2011). En consecuencia, en el modelo estarán presentes de forma preponderante elementos relativos a las oportunidades del sujeto, que coinciden con las habilidades digitales y con los estilos participativos offline, más que con sus deseos y creencias. Este aspecto limita la magnitud de las conclusiones que se producirán en base a los análisis implementados en este trabajo. Dichas limitaciones se tomarán para generar unas consideraciones sobre la necesidad de construir cuestionarios y encuestas que sean capaces de abarcar, con el mayor nivel de detalle posible, la complejidad del fenómeno objeto de estudio y de los factores que pueden propiciar su

manifestación. Esto es aún más cierto si se considera que, todavía, la comunidad académica no ha realizado un esfuerzo riguroso para construir una escala de medición de la participación política digital. De hecho, como consecuencia de la constante evolución de este fenómeno, paralela a la transformación de la herramienta internet y de sus aplicaciones, los académicos se han visto obligados a construir definiciones de este constructo de carácter operativo (Anduiza et al., 2010a) más que teórico.

Es necesario recordar que los objetivos de este trabajo son de naturaleza metodológica y no especulativa. Consecuentemente, las referencias a la literatura estarán relacionadas principalmente con aportaciones de carácter empírico, más que teórico. Dichas aportaciones se utilizarán de forma instrumental en la construcción de un método de investigación robusto en un ámbito de estudio en el que todavía no existe acuerdo sobre la metodología a emplear. Esto se debe, principalmente, a la gran rapidez de evolución de la herramienta, lo cual impide encajar de forma definitiva un objeto de estudio que cambia a raíz de las evoluciones tecnológicas. Sin un esfuerzo metodológico que permita estudiar los usos políticos de internet y que también pueda incluir sus evoluciones futuras, las reflexiones teóricas sobre sus implicaciones en la vida política de los ciudadanos se quedarían sin pilares metodológicos y restringidas a periodos temporales muy reducidos.

A continuación se presentarán las principales aportaciones empíricas sobre el estudio de la brecha democrática y del estudio de los factores determinantes en la participación política digital. En un segundo momento se describirá la situación española en relación al fenómeno de la brecha democrática. Para ello se recurrirá a los métodos de investigación más presentes en la literatura. Sucesivamente, se compararán los análisis de los factores determinantes de la participación política digital tanto en términos de

modelos de regresión, herramienta privilegiada del enfoque correlacional, como en términos de modelos de ecuaciones estructurales. Finalmente, se discutirán los resultados obtenidos y, en base a estos, se propondrán soluciones metodológicas para mejorar el estudio de este fenómeno.

2. BRECHA DEMOCRATICA Y ENFOQUE ANALÍTICO

LAS DESIGUALDADES DIGITALES Y LA BRECHA DEMOCRÁTICA

El concepto de brecha digital está asociado a la primera fase de difusión de Internet, en la que la comunidad académica se preocupó por las desigualdades debidas a las diferencias de acceso a Internet entre los diferentes segmentos poblacionales (DiMaggio et al., 2001). En consecuencia, se han estudiado las características demográficas y socioeconómicas que diferenciaban aquellas personas que tenían acceso a Internet de aquellos que no lo tenían (Attewell, 2001). De esta manera, se ha visto cómo la edad, el nivel de estudios, los ingresos y el contexto residencial urbano eran aspectos que influían en la posibilidad de tener acceso a Internet (DiMaggio et al., 2001; Mossberger et al., 2003; Stern et al., 2009; Mocnik and Sirec, 2010).

Más tarde, según la difusión del acceso a Internet iba avanzando en los países occidentales, en el campo de la brecha digital se ha ido incorporando el estudio de las diferencias entre internautas en las habilidades de manejo de la herramienta (Belanger and Carter, 2009; Hargittai, 2002a). Hargittai e Hinnant (2008) fueron las primeras en plantear la existencia de dos brechas digitales: una de primer nivel, vinculada al acceso, y otra, de segundo nivel, referente a las habilidades digitales de los internautas.

Con respecto a las habilidades en el manejo de la herramienta, DiMaggio y Hargittai (2001), plantean la existencia de cuatro tipos de conocimientos relevantes para los internautas: el conocimiento acerca del funcionamiento de los procesos de búsqueda y recogida de información; el conocimiento de *background*; el conocimiento acerca del funcionamiento de la web; y, finalmente, el conocimiento acerca del funcionamiento de los hardwares y softwares necesarios para la conexión. (Van Dijk, 2005) distingue entre habilidades operacionales, informacionales y estratégicas. El conjunto de estas habilidades coincide con la capacidad de utilizar Internet y el ordenador en la realización de tareas concretas para conseguir objetivos personales. Dichos objetivos, a su vez, permiten aumentar la posición social del individuo que los persigue. En este sentido, Hargittai (2002a) define las habilidades en el manejo de la herramienta como la capacidad de buscar información en Internet y utilizarla instrumentalmente para conseguir objetivos.

De este modo, es posible destacar cómo el concepto de habilidades digitales no se fundamenta solamente en la capacidad técnica necesaria para el funcionamiento del hardware y de las aplicaciones de las TIC (Fuchs, 2010). Este concepto está profundamente conectado al concepto de desigualdad, entendido en términos de no aprovechamiento de todas las posibilidades ofertadas por esta herramienta (Van Dijk, 2005; van Dijk, 2006). DiMaggio y Hargittai (2001) evidencian cinco fuentes de

desigualdad digital: la disponibilidad de medios técnicos para el acceso a Internet; el nivel de autonomía en el acceso a Internet; las diferencias en las habilidades de manejo de la herramienta; la diferencia en el apoyo social al que los internautas pueden recurrir; y, por último, la diferencia de fines con que se utiliza la nueva tecnología. Según DiMaggio, Hargittai, Celeste y Shafer (2004), cada una de estas fuentes de desigualdad tiene repercusiones sobre el modo en que los internautas se relacionan con Internet, sobre los usos que hacen de ello y sobre las ventajas y satisfacciones que proceden del provecho de las aplicaciones desarrolladas en el proceso. De modo similar, Van Dijk y Hacker (van Dijk and Hacker, 2003; Van Dijk, 2005) proponen un modelo acumulativo y recursivo para explicar el acceso y las distintas utilidades de las tecnologías digitales. Según este modelo, la primera condición necesaria para el acceso a la tecnología es de tipo motivacional. En segundo lugar, es necesario tener un acceso físico a la tecnología y al hardware y software necesarios para el uso de los servicios implementados por la tecnología. La tercera tipología de desigualdad tiene que ver con el nivel de competencias digitales necesario para disfrutar de dichos servicios. Mientras que el cuarto y último tipo de desigualdad, se refiere a la variedad y tipología de servicios utilizados por parte de los usuarios.

A este respecto, Stafford, Royne y Schkade (2004) mencionan los usos beneficiosos y avanzados de Internet para destacar aquellos usos de las herramientas que permiten satisfacer necesidades individuales concretas a través de la consecución de determinados objetivos “digitales”. Consecuentemente, este tipo de usos de Internet aumentaría la calidad de vida del internauta y permitiría cumplir con sus expectativas y preferencias. El fenómeno social consistente en la desigual distribución de los diferentes usos ventajosos de Internet ha sido denominado *Digital Inequality* (Stern et al., 2009; Hargittai and Hinnant, 2008). Diferentes autores se han ocupado de estudiar este

fenómeno. Bonfadelli (2002) evidencia que las personas con niveles educativos más altos utilizan Internet de forma más activa y, principalmente, para buscar información. Por otro lado, siempre según este autor, las personas con niveles educativos más bajos tienden a privilegiar los usos de entretenimiento. Van Dijk (2005) destaca el hecho de que las aplicaciones de Internet más avanzadas, que conciernen a la información, la educación, la comunicación y el trabajo, están asociadas a niveles más altos de estatus social. Por el contrario, los usos de tipo principalmente de entretenimiento o de consumo se relacionan de forma general con estatus sociales más bajos. Peter y Walkenburg (2006), en su investigación sobre los adolescentes holandeses, han demostrado que hay diferencias en los usos de Internet según los recursos socio-económicos y cognitivos de los que disponen los internautas. Así, los adolescentes con mayores recursos utilizan Internet con más frecuencia para obtener información y menos para el entretenimiento, a diferencia de los que disponen de menos recursos. Por su parte, Robinson, DiMaggio y Hargittai (2003), demuestran que niveles educativos más altos ofrecen ventajas en términos de los tipos de páginas web visitadas, de los usos que se hacen de ellas y del fomento del debate político. Según los autores, la educación y, ocasionalmente, el nivel socio-económico, están relacionados con los usos de Internet vinculados a un aumento de la calidad de vida en los campos laboral, educativo, sanitario y de la participación política. De nuevo, elevados niveles educativos también se relacionan con un menor uso de la herramienta para el simple entretenimiento.

Entre los usos potencialmente beneficiosos de Internet, también están los usos políticos. Como se ha visto anteriormente, los usos vinculados a la e-administración facilitan y agilizan la relación del ciudadano con las administraciones públicas. Por otra parte, el consumo de información política online presenta las ventajas de su gratuidad, así como de proveer canales de información alternativos a los institucionalizados. Finalmente, los

usos vinculados a la participación política digital permiten que el internauta se sienta parte del proceso de toma de decisiones políticas, independientemente del éxito de las acciones políticas puestas en marcha online. Cabe recordar una vez más que el beneficio de estos usos no consiste en la generación de efectos sobre el sistema político, tal y como plantea la teoría politológica, sino que se trata de beneficios de carácter individual e inherentes al sujeto que incorpora estas conductas en su vida cotidiana.

Autoras como Norris (2001) se han centrado en las desigualdades que nacen de la distribución no uniforme de este tipo concreto de usos beneficiosos de Internet entre la población. Según la autora, la distribución desequilibrada de los usos políticos de Internet está en la base de la brecha democrática. Ésta, a su vez, genera diferencias entre los internautas distinguiendo entre aquellos más comprometidos y aquellos que son indiferentes respecto de la participación política digital (Mossberger et al., 2007).

La brecha democrática no es independiente de la brecha de primer y de segundo nivel, ya que la desigual distribución de los usos políticos de Internet depende en gran medida de las diferencias poblacionales en el acceso a Internet y en las habilidades de manejo de la herramienta. No es casualidad, por tanto, que la distribución de los usos políticos de Internet siga los mismos patrones de difusión que manifiestan las otras dos brechas (Min, 2010): los estratos poblacionales tradicionalmente desfavorecidos que se han quedado atrás en el acceso a Internet y en el nivel de habilidades digitales, también permanecen privados de las oportunidades de participación política (Hargittai y Walejko, 2008). Así, las disparidades demográficas en el acceso y en las habilidades digitales amplifican las voces de las personas con más recursos económicos y educativos y, simultáneamente, marginan a los desfavorecidos y generan una desigual distribución de los recursos tecnológicos. Como consecuencia, las oportunidades del uso político de Internet son más aprovechadas por aquellos que ya tienen los recursos

tecnológicos y están motivados para aprovecharlos, de forma que los menos ricos y menos educados son cada vez más relegados (Hargittai and Walejko, 2008; van Deursen and van Dijk, 2009). Este fenómeno también tiene consecuencias sobre el diseño mismo de la tecnología, la cual, como se ha dicho antes, no tiene patrones de desarrollo “desde arriba”, sino que se desarrolla según las peticiones y las características de los internautas que las usan. Así, tal y como plantean Norris y Curtice (2006), si sólo una parte de la población usa Internet con fines políticos, serán las características de estos pocos las que conformarán las herramientas que permiten dichos usos. Esta dinámica es cierta hasta el punto de que diferentes autores plantean cómo una eventual introducción de mecanismos democráticos online, como el voto digital, podría falsear los resultados electorales y comprometer los derechos ciudadanos básicos (Oostveen and van den Besselaar, 2004; Oravec, 2005).

Sin embargo, la brecha democrática no surge exclusivamente de las desigualdades demográficas que están detrás de las diferencias en el acceso a Internet y en el manejo de la herramienta. El nivel tecnológico explica sólo en parte el grado en que las personas participan en la política online (Hargittai y Walejko, 2008). En este sentido, es fundamental considerar los factores de orden político tales como las actitudes, la eficacia política, el conocimiento político y el interés para la política (Krueger, 2002; Di Gennaro and Dutton, 2006). Estos factores hacen que los usos políticos de Internet sean percibidos como beneficiosos por parte del internauta y, por lo tanto, adoptados. En conclusión, la falta de motivación de muchos usuarios a la hora de utilizar Internet con fines políticos se constituye como otra causa de la brecha democrática (Norris, 2001).

PROPUESTA DE ESTUDIO PARA LA BRECHA DEMOCRÁTICA EN ESPAÑA

Como se ha dicho anteriormente, el primer objetivo de este trabajo es estudiar la situación española en términos de brecha democrática. Con este fin, se emplean dos conceptos recurrentes en la literatura sobre el desarrollo de Internet: normalización y estratificación (Norris, 2001). Ambos conceptos han sido acuñados para describir patrones de desarrollo y penetración de Internet en una determinada sociedad y, por lo tanto, ofrecen distintas perspectivas sobre los efectos que una distribución desigual de esta tecnología puede generar entre la población. De esta manera, estos conceptos han sido utilizados fundamentalmente para analizar la estructuración social de la penetración de Internet en el marco de la brecha digital.

Según el concepto de *normalización*, las diferencias entre grupos sociales sólo se incrementan en las primeras etapas de desarrollo de Internet puesto que éstas desaparecen a medida que los grupos más sensibles al uso de esta tecnología alcanzan niveles de saturación, entendiendo por tales los porcentajes en los que la penetración del uso de Internet comienza a estabilizarse o, al menos, a ralentizar la velocidad de crecimiento interanual. Por el contrario, la *estratificación* asume que cada grupo social parte de distintos niveles de penetración del uso de Internet y, más importante, considera también que tienen distintos puntos de saturación. En este sentido se entiende que, mientras determinados grupos sociales alcanzan niveles de saturación cercanos al cien por cien, otros grupos se estabilizan en porcentajes inferiores. Desde este punto de vista, las desigualdades en el uso de Internet tienden a reproducir las desigualdades estructurales de una determinada comunidad.

Para hacer un diagnóstico de la brecha democrática en España, en este trabajo se estudiarán 3 usos políticos de internet concretos: los usos vinculados con la e-administración, el consumo de información política online y la participación política

digital. Aquí se describirán brevemente los trabajos empíricos y las reflexiones sobre estos usos políticos de internet.

La e-administración

Entre las diferentes taxonomías de democracia digital propuestas por los autores, sólo la e-administración, a diferencia de los demás modelos de democracia digital, sí que se ha implantado en la mayoría de los países occidentales. Consecuentemente, la e-administración resulta ser uno de los modelos de democracia digital más estudiados por la literatura empírica (van Dijk et al., 2007). Hasta ahora, el estudio de este modelo se ha ocupado prioritariamente, aunque no de forma exclusiva, de cuestiones tales como las estrategias de puesta en marcha de los servicios administrativos digitales, del marco legal y normativo para su aplicación, así como de la usabilidad de los servicios (Criado and Ramilo, 2001; 2003).

Tal y como se ha mencionado, la e-administración es un mecanismo cuyo objetivo no es introducir nuevos mecanismos de acción política, sino mejorar mediante la flexibilización o accesibilidad de los recursos de la Administración un servicio ya existente. Por lo tanto, la e-administración es una actividad política débil en términos democráticos, ya que no aporta elementos políticamente tan innovadores como, por ejemplo, las prácticas de deliberación política online (Subirats, 2002). Sin embargo, muchos autores sostienen que la digitalización de los servicios de las distintas Administraciones Públicas suponen importantes cambios en términos de facilidad y disponibilidad de uso de los servicios públicos por parte de los ciudadanos (Hyvönen et al., 2008). Además, según el plan adoptado en la Cumbre de las Naciones Unidas sobre la sociedad de la información de 2004, la e-administración reporta beneficios claros para los ciudadanos. Estos beneficios están relacionados con una Administración más

abierta, transparente, próxima, integral y relacional (Scholl, 2005). En definitiva, una Administración que permite una mejor relación entre los ciudadanos y las instituciones que los representan. Una de las garantías del buen funcionamiento de un Gobierno representativo es la transparencia de la gestión pública, así como su promoción del uso asequible y sencillo de los servicios públicos para que los ciudadanos puedan ejercer sus derechos y puedan cumplir con sus deberes en las mejores condiciones posibles. En este terreno, Internet se está constituyendo como una tecnología de gran utilidad. La administración digital facilita a los ciudadanos una forma más accesible y potente de comunicación con las instituciones gubernamentales y, por lo tanto, con sus instituciones representativas. Así, por ejemplo, la oferta informativa que las distintas Administraciones y Gobiernos ofrecen a sus ciudadanos a través de Internet puede ayudar a mejorar la información de los ciudadanos y, en consecuencia, su capacidad para defenderse o exigir sus derechos. Por otra parte, la posibilidad de gestionar los servicios a través de Internet mejora las posibilidades de cumplimiento de los deberes de los ciudadanos, así como les permite defender sus derechos de forma más rápida y práctica. Conscientes de estas circunstancias, tanto el Gobierno español como el europeo han expresado su interés por esta forma de relación política digital incentivando y regulando su desarrollo. Desde la aproximación propia de este trabajo, la de los ciudadanos, el Gobierno ha elaborado la Ley de Acceso Electrónico de los Ciudadanos a los Servicios Públicos (LAECSP, operativa desde el 31 de diciembre de 2009), que garantiza «el derecho de los ciudadanos a relacionarse con las Administraciones Públicas utilizando medios electrónicos para el ejercicio de los derechos previstos en el ordenamiento jurídico. Asimismo, reconoce a los ciudadanos el derecho a obtener informaciones, realizar consultas y alegaciones, formular solicitudes, manifestar consentimiento, efectuar pagos, realizar transacciones y oponerse a las resoluciones y

actos administrativos a través de medios electrónicos». Para facilitar esta relación digital con la Administración, la LAECSP reconoce otros derechos auxiliares: los derechos relacionados con los medios electrónicos, los derechos relacionados con el procedimiento administrativo electrónico, los relacionados con la seguridad en las transacciones electrónicas, los derechos a una información y unos servicios públicos de calidad y, por último, los mecanismos de garantía de los derechos de los ciudadanos. En la práctica, en España, el ciudadano puede disfrutar de los siguientes servicios de e-administración: solicitar información a la Administración pública; pedir cita para cualquier oficina de la Administración pública; descargar formularios de servicios de la Administración pública; solicitar documentación (DNI, número de la Seguridad Social, expediente de vida laboral, cambio de residencia, partidas de nacimiento, etc.); enviar formularios de servicios de la Administración pública; pedir recursos (becas, financiación, etc.) y gestionar una oposición/convocatoria para la administración pública; efectuar la declaración de la renta; así como quejarse e iniciar procedimientos de reclamación frente a la Administración pública.

El consumo de información política online

Entre las diferentes direcciones tomadas por las investigaciones acerca del consumo de noticias políticas online, hay trabajos que se han ocupado de averiguar si dicho consumo de información supone un aumento mayor en el conocimiento político de los usuarios que en el caso del consumo de noticias a través de los medios tradicionales. Algunos autores han argumentado que, cuanto más se utiliza Internet para obtener información política, menos expuesto está el usuario a las noticias de sucesos. La consecuencia es que su conocimiento y recuerdo acerca de los acontecimientos de actualidad es menor (Dalrymple and Scheufele, 2007; Schoenbach et al., 2005). En un

experimento, Althaus y Tewksbury (2002) descubrieron que los usuarios de la prensa en papel reconocían y recordaban las crónicas sobre asuntos públicos con más facilidad que los consumidores de noticias online. Según los autores, esta diferencia se explica en base al hecho de que en las páginas web se encuentran menos presentes las estrategias utilizadas por los editores de periódicos en papel para destacar las noticias consideradas más importantes. De este modo, la relevancia de las noticias deviene un hecho más subjetivo, vinculado en mayor medida al interés del sujeto que a la capacidad de los redactores de destacarlas. A la vez, otros estudios han demostrado que no sólo el consumo de noticias online no reduce el conocimiento del sujeto acerca de los asuntos públicos, sino que podría tener diferentes efectos positivos (Drew and Weaver, 2006; Kenski and Stroud, 2006; Xenos and Moy, 2007). En un experimento de Eveland et al. (2002) se expuso a los sujetos, durante las elecciones de EE.UU. de 2000, a información política a través de tres canales distintos: periódicos online, periódicos en papel y telediciarios. Los autores encontraron que, aunque los periódicos y los telediciarios producían recuerdos más fuertes respecto a las noticias online, el consumo de noticias online estructuraba mejor el conocimiento político de los sujetos.

Otra corriente de estudios empíricos se ha ocupado de investigar si el uso de Internet tiene efectos sobre el conocimiento incidental de noticias políticas: a menudo los internautas están expuestos a las noticias políticas online, una especie de “efecto secundario” del uso de Internet que, a su vez, puede generar una mayor conciencia sobre temas de carácter público (Lupia and Philpot, 2005). Tewksbury et al. (2001), destacan como la exposición a Internet está positivamente asociada con la exposición accidental a las noticias. Los autores llegaron a la conclusión de que Internet puede ser una fuerza positiva en la manera de hacer política.

También hay estudios que intentan averiguar si el consumo de información política online tiene algún efecto sobre la participación cívica y, consecuentemente, sobre el proceso democrático. A ese respecto, la literatura no ha producido resultados unívocos. Por un lado, algunos autores plantean que no hay una relación significativa entre el consumo de noticias online y la participación ciudadana (Bimber, 2001; Kenski and Stroud, 2006; Margolis and Resnick, 2000; Weaver and Drew, 2001). Scheufele y Nisbet (2002), a través de datos de encuesta sobre internautas en EE.UU, ponen de relieve cómo el consumo de información política online juega un papel muy limitado en la producción de altos niveles de eficacia, conocimiento y participación política. Sin embargo, otros estudios (Amedeo, 2007; Johnson and Kaye, 2004; Norris, 2003) han mostrado una relación positiva entre los usos informativos de Internet y la participación ciudadana. Por ejemplo, Esser y Vreese (2007) destacan cómo la búsqueda de información online permitió predecir de una forma muy potente la participación electoral en las elecciones al Parlamento Europeo de 2004. En este sentido, algunos investigadores han planteado que la relación entre el consumo de información política online y la participación ciudadana podría estar mediada por la discusión política, porque los consumidores que hablan de los asuntos públicos son más propensos a involucrarse más en prácticas de participación ciudadana que los que no lo hacen (Eveland and Dylko, 2007; Hardy and Scheufele, 2005; Nisbet and Scheufele, 2004; Xenos and Moy, 2007). Al respecto, en su estudio sobre la relación entre el uso de los medios de comunicación para obtener información política y la participación ciudadana durante las elecciones de 2004 en EE.UU, Shah et al. (2007) concluyeron que esta relación estaba mediada por el hecho de mantener conversaciones o escribir mensajes sobre temas o asuntos políticos.

Otros estudiosos han argumentado que las pruebas acerca de las conexiones entre el consumo de noticias online y la participación ciudadana no son unívocas debido a que existen diferencias entre las páginas web, así como entre las prácticas de consumo de los usuarios (Kenski and Stroud, 2006; Lupia and Baird, 2003; Shah et al., 2001). Lupia y Philpot (2005) sostienen que Internet no produce dinámicas y contenidos homogéneos, como resultado de lo cual hay que centrarse en cómo determinados tipos de páginas web afectan a determinados tipos de personas. Así, en un experimento donde los sujetos venían expuestos a páginas web de información política tanto en modalidad interactiva como no interactiva, Tedesco (2004) evidenció que la exposición a la condición interactiva, contrariamente a la exposición no interactiva, generaba en los sujetos elevados niveles de eficacia política y de auto-percepción de conocimiento político.

Tal como se observa, la presente reseña bibliográfica sobre el consumo de información política online no ha permitido aclarar si este uso político de Internet está vinculado, de forma unívoca, a mejoras en la participación política del ciudadano o en la generación de cambios en el sistema político.

Pese a la dificultad encontrada en demostrar esta relación, sí que se puede argumentar que este tipo de consumo de información política conlleva determinados beneficios para el usuario. Según diferentes autores, las principales características de la comunicación online, es decir, la conectividad, la falta de límites espacio temporales y la falta de controles sobre la producción de contenidos, no se integrarían muy fácilmente con los valores que caracterizan la producción de noticias por parte de los medios de comunicación tradicionales (Tsfati, 2010). De hecho, las investigaciones sobre la producción online de noticias de actualidad sugieren que las páginas web de actualidad e información política se caracterizan por una audiencia con formas alternativas de

consumo de información, en comparación con las audiencias tradicionales (Tewksbury and Althaus, 2000). En efecto, los consumidores de noticias online, en contraste con sus homólogos offline, tienen a su disposición fuentes de noticias más diversificadas y cuentan con un mayor control sobre el flujo de noticias. Sus lectores pueden acceder las páginas web que les conectan directamente con las fuentes de las noticias, sin intermediarios. Estas páginas, además, permiten comentar las noticias y leer los comentarios del resto de lectores. Finalmente, Internet ofrece un menú de información política mucho más amplio respecto al panorama más homogéneo ofrecido por los principales medios de comunicación tradicionales.

En base a estas consideraciones puede establecerse el consumo de información política online como un uso potencial beneficioso de Internet. En consecuencia, se ha decidido estudiar la evolución de la penetración, en los últimos años, de este uso ventajoso de Internet en España a través de series temporales.

La participación política digital

Como se ha dicho anteriormente, la democracia digital está relacionada con los modelos de toma de decisión política que se pueden implementar, en un sistema democrático, gracias al uso de Internet. En un contexto meramente institucional, la democracia digital es una visión “desde arriba” acerca de las posibles innovaciones que Internet puede aportar en el campo político. Es decir, tiene que ver con los órganos legislativos y gubernamentales y sus propuestas acerca de una posible revisión de las “normas del juego democrático”.

Sin embargo, este proceso tiene otro actor importante: el ciudadano. La contraparte ciudadana a la democracia digital es la participación política digital, que consiste en la

ampliación y transformación de la participación de los ciudadanos en los procesos sociales, democráticos y consultivos gracias la mediación de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y, sobre todo, de Internet. El objetivo de esta forma de participación consiste en apoyar la ciudadanía activa con los últimos avances de la tecnología, así como incrementar el acceso y la disponibilidad de la participación con el fin de promover una sociedad y un gobierno equitativos y eficaces (Sæbø et al., 2008).

Hay diferentes tipos de actividades de participación política digital, según el actor que las promueva. Por un lado, los gobiernos pueden tratar de promover la participación con el fin de mejorar la eficacia, la aceptación y la legitimidad de los procesos políticos. En este caso, son los gobiernos mismos quienes implementan plataformas online para permitir a los ciudadanos participar en los procesos de toma de decisiones políticas, bien a través de procesos deliberativos o consultivos, bien a través de formas de voto electrónico o de ágoras digitales para la toma de decisiones. Tales procesos influyen de forma institucionalizada en la política “real” de un país.

Por otro lado, los ciudadanos, las organizaciones no gubernamentales y los grupos de presión pueden exigir mayor espacio de participación para promover sus propios intereses, ya sea dentro del sistema político establecido o fuera de él. Como consecuencia se generan, de forma espontánea, otras formas de participación política digital que, a pesar de no vincularse con las instituciones, tratan de influir en el proceso de toma de decisiones políticas desde la red. Las tecnologías de alta difusión son así utilizadas en calidad de herramientas para campañas políticas e instrumentos de influencia, como instrumentos de subversión y para la promoción de los ideales de subculturas alternativas (Castells, 1996). Un ejemplo de ello son las conversaciones sobre temas políticos en foros o en blogs, o la generación/consumo de contenido político a través de los soportes digitales a las redes sociales (Anduiza et al., 2010b). Según Sæbø,

Rose y Nyvang (2009) los servicios basados en las redes sociales son más inclusivos, ya que el usuario interactúa con los demás y ya no es un consumidor pasivo de contenidos. De esta manera, las redes sociales pueden generar capital social. En el momento en que la red contiene suficiente nivel del mismo, ésta empieza a generar opinión pública y, consecuentemente, a tener influencia sobre los procesos políticos. Cabe señalar a su vez que, aunque no siempre las actividades políticas digitales fomentadas “desde abajo” tienen impacto sobre los procesos políticos, éstas ofrecen a las personas la oportunidad de alcanzar y satisfacer una necesidad principal: la de ser escuchados por los políticos e interactuar con ellos (Adams et al., 2003; Adams et al., 2005). En el mundo “real”, tales necesidades no están satisfechas, ni siquiera para los ciudadanos políticamente más comprometidos (Ergazakis et al., 2011), ya que este mundo impone límites espacio-temporales que la red puede soslayar.

Es posible, por tanto, trazar una primera categorización de las actividades de participación política digital. Por un lado, las actividades promovidas desde las instituciones de gobierno y que apuntan a involucrar al ciudadano en el proceso de toma de decisiones políticas y, por el otro lado, las actividades que los ciudadanos digitales ponen en marcha espontáneamente en el intento de influenciar en el proceso político. Con respecto al estudio de la segunda categoría de acciones, el problema se debe a la rapidez con la que estas formas de participación, extremadamente creativas y vinculadas a los rápidos desarrollos tecnológicos, cambian o evolucionan en muy poco tiempo. Esto hace que, en un período de pocos años, un determinado conjunto de acciones políticas digitales se quede obsoleto como objeto de estudio, y sea preciso considerar nuevas formas participativas. Por otro lado, en relación con las actividades promovidas desde la política institucional, los autores destacan que la ciudadanía digital muestra muy poco interés por ellas (Sæbø et al., 2008). Una razón reside en la falta de

participación de la ciudadanía en la implementación de estos proyectos, pese a que son precisamente los ciudadanos quienes debieran constituir el sostén de dichas actividades, sobre todo si se considera que la mayoría de la tecnología asociada a la participación política digital (Internet, blogs, comunidades virtuales, etc.) han sido desarrolladas en respuesta a la demanda de la sociedad, y no como propuesta de los gobiernos: el interés del comercio y de los consumidores (ciudadanos) es el primer motor del cambio tecnológico (Sæbø et al., 2009). Además, en la mayoría de los países occidentales, incluida España, no existen formas institucionales de participación política digital.

Consecuentemente, en este trabajo se han adoptado como objeto de estudio exclusivamente aquellas formas participativas digitales no institucionalizadas. La participación política digital se ha operacionalizado por medio de categorías de acciones que el ciudadano digital, de forma autónoma y según las posibilidades que le proporciona la tecnología (y no las instituciones), puede desarrollar a través de Internet. La primera categoría incluye la defensa de derechos políticos o sociales en relación con la Administración pública o las empresas, junto con la realización online de trámites burocráticos o administrativos (Moon, 2002). Otra categoría de acciones políticas incluye las formas de participación política digital que tienen un equivalente off-line. Es el caso de las donaciones de dinero a un partido político o a una asociación, la firma de peticiones o la comunicación con un representante o partido político (Anduiza et al., 2010a). La tercera y última categoría de acciones políticas digitales reúne las interacciones de carácter político entre ciudadanos. Estas acciones facilitan la participación en el proceso de influencia sobre las decisiones políticas y en el *agenda setting* del Gobierno (Meijer et al., 2009). En este sentido, Gil de Zúñiga et al. (Gil de Zúñiga et al., 2010) destacan la importancia que la forma comunicativa específica de Internet representa frente a la participación política digital. En concreto, dicho formato

permite escribir comentarios en tiempo real en blogs políticos, mantener una página web personal de contenido político, así como colgar videos y elementos de contenido político en las plataformas online para redes sociales. En la misma línea, los blogs de los representantes políticos, así como las webs de los partidos políticos, se están volviendo cada vez más en un lugar de información e interacción política (Farrell and Drezner, 2008). Por último, es posible incluir en este tipo de formas de participación política digital todas aquellas actividades que los partidos políticos o las organizaciones civiles organizan a través de Internet, como, por ejemplo, las campañas electrónicas.

Propuesta de diagnostico de la Brecha Democrática en España

Diferentes autores aconsejan el uso de series temporales para diagnosticar de forma adecuada la presencia de la brecha democrática dentro de un determinado país. De esta manera es posible describir la evolución en el tiempo de la difusión de los usos políticos de Internet entre la población y, consecuentemente, hacer previsiones sobre su futura evolución (van Deursen and van Dijk, 2009). A su vez, es importante estudiar los patrones de difusión de estos usos de Internet en función de las variables socio-demográficas clásicas en el estudio de la brecha digital, es decir, la edad, el nivel de estudios y el estatus-socioeconómico. Tales patrones serán continuamente contrastados con las tasas de penetración del acceso a Internet entre cada uno de los segmentos de población a los que dan lugar dichas variables (Nam, 2011). De este modo es posible averiguar si las tendencias evolutivas en la difusión de los usos políticos de Internet están influenciadas por los recursos económicos y educativos. Además, este tipo de comparaciones permiten observar las pautas de la brecha democrática en relación con las propias de la brecha digital: es decir, la difusión de los usos políticos de Internet en función de la difusión del acceso a Internet.

En lo que respecta al caso español, los datos disponibles sólo permiten construir series temporales en relación a los indicadores de e-administración y de consumo de información política online. No existen datos temporales para los usos vinculados a la participación política digital. Para el primer uso político de Internet, se utilizarán los datos del INE relativos a la "Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares". Esta fuente recoge tres indicadores de e-administración, y mide su difusión entre la población española en los años que van desde 2005 hasta 2010. Dichos indicadores son: "Obtener información de páginas web de la Administración", "Descargar formularios oficiales" y "Enviar formularios cumplimentados". En cuanto al consumo de información política online, el banco de datos del CIS contiene ocho bases de datos, respectivas a los años que van desde 2004 hasta 2011, en las que se recogen indicadores sobre este uso político de Internet. A través de esta información ha sido posible construir otra serie temporal sobre la frecuencia de uso de Internet para obtener información de carácter político. Con el fin de comparar la evolución de las tendencias en la difusión de estos usos de Internet, también se ha generado una serie temporal de los porcentajes de acceso a Internet en los años que van desde 2004 hasta 2011. De nuevo, en este caso se han utilizado los datos de la encuesta del INE sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares. Todas estas series temporales han sido desglosadas según las variables edad, nivel de estudios y estatus socio-económico. Finalmente, en lo que respecta a los usos de Internet vinculados a la participación política digital, los únicos datos recogidos en España son los que proporciona la encuesta del CIS del 2007 "Internet y participación política" (ref. 2736). En ella están incluidos indicadores de seis tipos de participación política digital: contactar con un político o con un partido político a través de Internet, contactar con una administración para quejarse o protestar,

comunicar con una asociación u organización a través de Internet, donar o recaudar dinero online a favor de una campaña o para una organización/asociación, escribir comentarios en un Blog o Foro de contenido social o político y firmar una petición online. No se producirán series temporales puesto que no existen más datos sobre el caso español. Sin embargo, se desglosarán los porcentajes de uso, por cada una de estas formas de participación política digital, por edad, nivel de estudios y estatus socioeconómico, con referencia al año 2007.

En los tres casos se ha procedido a comparaciones de porcentajes (o promedios) entre los diferentes años de las series temporales y entre las diferentes categorías de las variables sociodemográficas. Todo ello a través de la implementación de análisis ANOVA.

BRECHA DEMOCRÁTICA Y EL ENFOQUE ANALÍTICO

Sin embargo, el mero diagnóstico del fenómeno de brecha democrática en una sociedad concreta no resulta ser suficiente para poder comprender cómo este se origina. Por ello se pretende dar un paso más y aclarar los mecanismos que están en la base de este macrofenómeno. Así, se hace necesario desglosar la brecha digital en sus componentes individuales y construir modelos explicativos que tengan su objeto de estudio principal en la acción individual (Noguera, 2010): es decir, es necesario enfocar la brecha democrática desde la perspectiva del internauta, estudiando los mecanismos que favorecen su adopción de los usos de internet vinculados a la política. Esto se traduce en un esfuerzo de comprensión de cuáles son las variables que median entre las variables sociodemográficas y la adopción de determinados usos de internet. Este procedimiento es parecido al que Durkheim adopta para explicar el fenómeno de la disminución de la tasa de suicidios en aquellos países que experimentan crisis políticas muy fuertes (Pescosolido and Georgianna, 1989). Según el autor, este hecho estadístico se podría explicar a través de teorías sobre la conducta de los individuos: cuando hay una crisis nacional fuerte, la gente no puede evitar pensar en lo que pasa en el mundo exterior, dejando a lado sus problemas personales. Según Boudon (2006), este caso concreto es un ejemplo claro de cómo deberían formularse las relaciones en sociología: se empieza por la observación de una correlación, pero sólo con la explicitación de un mecanismo elemental responsable de la correlación es posible generar explicaciones robustas. Esta es la postura que promueven los autores que apoyan la corriente sociológica analítica (Manzo, 2010).

La sociología analítica comprende, en primer lugar, la explicación de los hechos sociales importantes, tales como las estructuras de las redes, los patrones de segregación residencial, las creencias típicas, los gustos culturales, las formas comunes de actuación

etc.. A la vez, intenta explicar estos macrofenómenos no sólo relacionándolos con otros hechos sociales, sino que detallando los mecanismos mediante los cuales se generan. Estos mecanismos se refieren invariablemente a las acciones individuales y a las relaciones que conectan los actores entre ellos. Además, los autores que pertenecen a esta corriente son muy críticos con el enfoque “correlacional”. Este enfoque, muy difundido entre muchos investigadores, explica los fenómenos sociales recurriendo a meras correlaciones y a índices de significatividad, tomándolos como evidencia de la existencia de relaciones causales entre variables independientes y variable dependiente. Sin embargo, a falta de la posibilidad de utilizar diseños de investigación experimentales, el enfoque de la variable sólo puede resumir los patrones presentes en los datos, pero no explicarlos.

La idea central detrás del enfoque de mecanismo es que se puede explicar deductivamente un fenómeno social haciendo referencia a una constelación básica de *entidades*, es decir los actores, y sus acciones, o *actividades* que están espacial y temporalmente organizadas de tal forma que regularmente producen el tipo de fenómenos que tratan de explicar. En este sentido, Hedström (2006) habla de *fenómenos emergentes* para referirse a las propiedades colectivas que no son predicables de un miembro individual de la colectividad. No son entidades holísticas con poder causal propio, sino fenómenos sociales que son producidos como subproductos no intencionales de las acciones de los individuos en interacción. Los resultados sociales, al igual que otros fenómenos emergentes, son difíciles de prever porque el resultado depende en gran medida de cómo las partes individuales están relacionadas entre sí.

Uno de los mejores modelos de explicación de los mecanismos de acción e interacción entre los agentes, es el modelo *Deseos-Creencias-Oportunidades* (DCO) formulado por Elster (1983). Según este autor, los deseos, las creencias y las oportunidades (el menú

de acciones alternativas disponibles para el actor) influenciarían la *intención* del actor que, a su vez, influenciaría su acción (Elster, 1983). Las creencias y los deseos coinciden con los acontecimientos mentales que proporcionan razones para la acción: es decir, los elementos cognitivos previos a la acción misma (Ajzen, 2001). Una particular combinación de deseos y creencias constituye una «razón de peso» para llevar a cabo una acción. Así pues, las creencias y los deseos tendrían suficiente fuerza motivacional como para permitir entender y, en este sentido, explicar la acción (Von Wright, 1971).

Por lo tanto, hay que especificar los mecanismos a través de los cuales las acciones de algunos actores pueden influenciar las creencias, los deseos y las oportunidades de otros actores. Es decir, es importante explorar los *procesos de interacción social*. Para ello, hay que desarrollar modelos generativos que muestran cómo un gran número de actores, en interacción con los demás, con el tiempo generan diferentes tipos de resultados sociales. El modelo de explicación de la acción centrado en el agente permite las conexiones entre lo individual y lo social, debido a su flexibilidad. A tal respecto, Coleman (1986b) elaboró un modelo de conjunción de los niveles macro-micro.

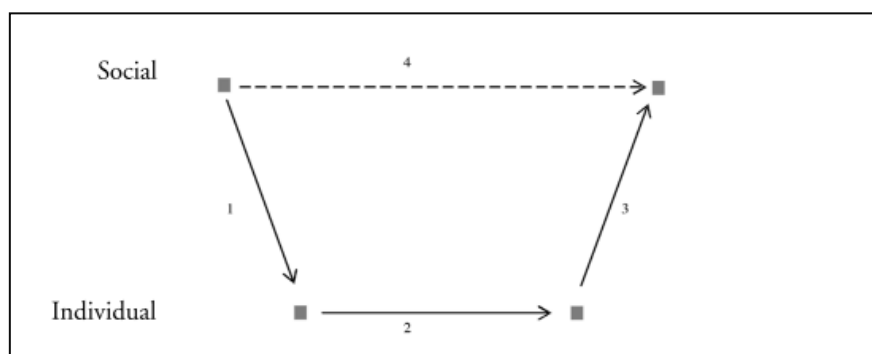


Figura 1: El modelo macro-micro de Coleman.

La simple correlación entre fenómenos sociales (flecha 4) conduce a explicaciones superficiales, ya que estos ejercicios no explican los mecanismos generativos que se consideran por debajo de dichos fenómenos. Para explicar es necesario tratar de mostrar cómo los fenómenos sociales influyen en las creencias, los deseos, y las oportunidades

de los actores (flecha 1), cómo estos estados mentales y oportunidades influyen en las acciones de los individuos (flecha 2), y cómo los actores, a través de sus acciones, generan los fenómenos sociales que tratan de explicar (flecha 3). Los modelos psicosociológicos de explicación de la conducta política del individuo (Valencia, 1990; Cohen et al., 2001) encajan perfectamente con el modelo de conjunción propuesto por Coleman. Estos modelos contemplan, en primer lugar, la influencia de los elementos inherentes al nivel micro y macro-social del individuo sobre su conducta política. La esfera Micro-social está vinculada con los aspectos que conciernen la identidad política del sujeto y se mide a través de su posición ideológica (Tajfel et al., 1984). Por otro lado, la esfera Macro-social está relacionada con los recursos con los que cuenta el sujeto a la hora de involucrarse en prácticas políticas (McCarthy and Zald, 1977; Tilly, 1978). Dichos recursos suelen coincidir con el Estatus Socio-Económico y el Nivel de Estudios del sujeto (Lijphart, 1997). En segundo lugar, y simultáneamente, los modelos psicosociológicos consideran la influencia de factores de carácter individual sobre la participación política del sujeto. Estos modelos, como se verá más adelante, se tomarán como referencia en este trabajo para profundizar el estudio de los mecanismos que generan la brecha democrática. Para ello, se ha decidido coger un uso político concreto de internet, como puede ser la participación política digital, y estudiar sus factores determinantes². Utilizando estas conductas como objeto de estudio, se pretende profundizar los mecanismos que favorecen su adopción por parte del internauta y así entender los procesos en la base de la brecha democrática.

² Cabe destacar que la participación política digital no acota todo el abanico de opciones políticas online disponibles para el internauta. Consecuentemente, el estudio de sus factores determinantes proporcionará inevitablemente una visión parcial acerca de la brecha democrática. Esta decisión se debe a que es el único tipo de uso político de internet para el cual se dispone de datos acerca de sus potenciales factores determinantes

Diferentes autores están empezando a ocuparse de los mecanismos facilitadores de los usos políticos de internet (Gibson et al. 2005). Dichos mecanismos conciernen, en primer lugar, cuestiones intrínsecas al ámbito digital como, por ejemplo, los recursos electrónicos (Gibson et al., 2005). Entre estos, se encuentran los estímulos movilizadores electrónicos, cuyo ejemplo más típico son los correos electrónicos de carácter político. Su recepción facilitaría la involucración del sujeto en prácticas de participación política digital (Best and Krueger, 2005). También las habilidades en el manejo de internet favorecerían este tipo de prácticas (van Deursen and van Dijk, 2009). A la vez, se ha estudiado la influencia de variables de orden político como, por ejemplo, las actitudes políticas, la ideología o los estilos participativos offline de los internautas (Fudge and Van Ryzin, 2012; Calenda and Mosca, 2007). En este trabajo, se investigará la influencia de tres factores de orden individual sobre la participación política digital: las actitudes políticas, la participación política offline y las habilidades digitales.

A continuación, se describirá la literatura empírica producida acerca de estos constructos.

Las actitudes políticas

Las actitudes políticas han sido estudiadas, principalmente, en relación a la participación política offline. En este campo de investigación, se distinguen dos grandes corrientes de estudios: los modelos politológicos y los modelos psicosociológicos. Desde el punto de vista de la ciencia política, las actitudes políticas han sido operacionalizadas a través de tres constructos: las *normas de ciudadanía*, las creencias hacia las instituciones y la implicación psicológica con la política.

La *confianza hacia las instituciones* se ha definido como la creencia del ciudadano sobre si las instituciones políticas cumplen o no con su función aun cuando el ciudadano no esté vigilando permanentemente su actuación (Citrin and Muste, 1999). Consecuentemente, este constructo teórico sería un reflejo de los sentimientos generales de los ciudadanos sobre las instituciones de su país (Newton and Norris, 2000) y, más en concreto, de la confianza hacia éstas. A su vez, la confianza es fruto de la concepción de cada institución política como digna, creíble, competente, transparente y eficiente (Levi and Stoker, 2000). En diferentes trabajos empíricos (Bonet et al., 2006; Zmerli et al., 2007) se asocia la *confianza hacia las instituciones* a las actitudes políticas hacia el régimen democrático. Desde este punto de vista la *confianza hacia las instituciones* estaría formada por indicadores del grado de satisfacción con la democracia y con la labor del gobierno.

Dalton (2008) define las *normas de ciudadanía* como “el conjunto de expectativas compartidas acerca del rol de los ciudadanos en la política” (pág. 78). La literatura destaca tres tipologías de *normas de ciudadanía*. La primera, basada en el modelo elitista, se define a partir del respeto de las normas (Almond and Verba, 1963). La segunda, se fundamenta en la deliberación y la crítica (Kymlicka and Norman, 2000) y la tercera en la solidaridad (Conover et al., 2002). Sin embargo, según Deters, Gabriel y Torcal (2007), en términos individuales estas dimensiones no son apreciables, pudiéndose considerar el constructo de las *normas de ciudadanía* como un bloque compacto.

Finalmente, la *implicación psicológica en la política* se refiere, principalmente, al interés de los ciudadanos por la política y los asuntos públicos (Milbrath, 1977). También está relacionado con la participación de los ciudadanos en conversaciones sobre la política, así como con los intentos de convencer a los demás sobre los puntos de

vista políticos personales (Verba et al., 1995). La literatura empírica destaca que este constructo actitudinal es el que mayor influencia tiene sobre la participación política, tanto institucional como no institucional (Orum, 1989; Verba et al., 1987). Por esta razón, dicho constructo tiene un rol particularmente relevante a la hora de analizar la participación política de los ciudadanos.

Por otra parte, como se ha mencionado anteriormente, los modelos de corte psicosociológico contemplan, en primer lugar, la influencia sobre la conducta política de los elementos inherentes al nivel Micro y Macro-social del individuo (Valencia, 1990; Cohen et al., 2001; Tajfel et al., 1984; McCarthy and Zald, 1977; Tilly, 1978; Lijphart, 1997). En segundo lugar, los modelos psicosociológicos consideran la influencia de factores de carácter individual. Entre estos factores, el más influyente está representado por las actitudes políticas (Ferrer, Medina y Torcal 2006).

Las actitudes, en general, pueden ser definidas como la evaluación acerca de un objeto que motiva la acción del sujeto (Ajzen and Fishbein, 2000; Eagly and Chaiken, 1993; Fishbein and Ajzen, 1975; Petty et al., 1997). Según los modelos de corte psicosociológico, las actitudes estarían compuestas por un núcleo evaluativo-actitudinal, es decir la evaluación del objeto, y una base cognitiva compuesta de las creencias y los valores del sujeto, de las cuales el núcleo evaluativo recibiría influencia (Ajzen, 2001). Las creencias, en general, reflejarían las diferentes posturas o visiones acerca de la realidad política que rodea a los sujetos (Conover et al., 2002). En el caso concreto de las creencias sobre las instituciones políticas, como se acaba de mencionar, lo que más se ha estudiado en ciencias políticas concierne a lo respetables y dignas de confianza que son las instituciones políticas que rigen la vida democrática del ciudadano (Citrin y Muste 1999; Bonet, Martín y Montero 2006; Newton y Norris 2000).

Por otro lado, los valores son esquemas que la gente posee sobre lo que es deseable y sirven como principios guías en la vida del individuo (Rohan, 2000). En relación al estudio de las actitudes políticas, los valores políticos más estudiados vierten sobre lo que debería ser "un buen ciudadano", también llamadas *normas de ciudadanía* (Almond y Verba 1963; Kymlicka y Norman 2000; Conover, Searing y Crewe 2002). Consecuentemente, dichos valores guiarían la acción política del sujeto, haciéndole actuar conforme a su ideal de ciudadanía. Estos valores se vuelven importantes en la explicación de la conducta política del ciudadano en el momento en que se percibe que dichos valores están en peligro o en que determinadas formas de participar políticamente son cognitivamente coherentes con los valores mismos.

Finalmente, se destaca la presencia de un núcleo evaluativo-actitudinal, que influye directamente en las conductas políticas del sujeto, y que está a su vez influenciado por las creencias y los valores políticos del sujeto mismo (Caprara and Zimbardo, 2004). Dicho núcleo evaluativo-actitudinal representa la parte emotiva y pre-conductual de la actitud, expresada en términos de una disposición favorable hacia la participación política (Ajzen, 2001). Coincidiría, de hecho, con el interés por la política y con la intención de tomar parte en el proceso político con acciones concretas, es decir, coincidiría, en definitiva, con la *implicación psicológica en la política*.

La diferencia principal entre modelos politológicos y psicosociológicos reside en el hecho de que los primeros tratan de forma indiferenciada las tres variables actitudinales, *normas de ciudadanía*, *confianza hacia las instituciones* e *implicación psicológica en la política*, considerándolas todas como partes equivalentes del constructo "actitudes políticas". Los segundos, por su parte, ven en las creencias y los valores políticos, es entienda la *confianza hacia las instituciones* y las *normas de ciudadanía* respectivamente, los precursores del núcleo evaluativo-actitudinal, es decir la

implicación psicológica en la política. En base a las creencias y a los valores políticos del sujeto, éste tendrá una actitud más o menos favorable hacia la política y la participación. Sería esta última la que tendría influencia directa sobre la puesta en marcha de conductas políticas.

Tal y como se ha mencionado más arriba, se ha producido un importante volumen de investigaciones empíricas y teóricas provenientes de ambas tradiciones científicas en relación a la participación política tradicional, pero todavía no se ha explorado de forma sistemática la relación entre actitudes políticas y participación política digital. En este trabajo se pretende cubrir este vacío, por eso se analizará la influencia de las actitudes políticas clásicas sobre la participación política digital.

Tampoco se ha planteado comprobar si existe una diferencia cualitativa entre el núcleo evaluativo-actitudinal de las actitudes políticas, la *implicación psicológica en la política*, y las creencias y los valores políticos, es decir la *confianza hacia las instituciones* y las *normas de ciudadanía*. En este trabajo se tratará de avanzar también en esta dirección, relacionando las variables actitudinales tal y como se plantea en los modelos psicosociológicos y resumidos en la figura 2.

Para cumplir con estos dos objetivos de investigación, se utilizarán los constructos actitudinales tal y como se han medido en la tradición politológica, es decir, la *implicación psicológica en la política*, la *confianza hacia las instituciones* y las *normas de ciudadanía*, y testaremos su influencia, en conjunto, sobre la participación política digital a través de una regresión múltiple.

Tras ello, se implementará un modelo de mediación para averiguar si, tal y como plantean los modelos psicosociológicos, la influencia de las creencias y los valores políticos, representados por *confianza hacia las instituciones* y *normas de ciudadanía*,

sobre la actividad política, en este caso digital, está mediada por el núcleo evaluativo-actitudinal, es decir la *implicación psicológica en la política*.

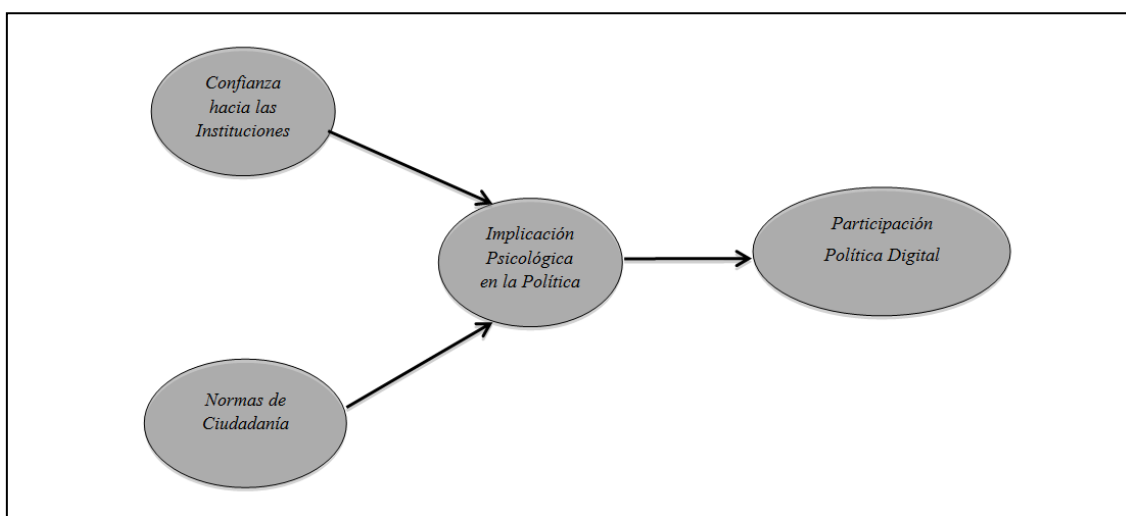


Figura 2: Relación entre actitudes, creencias y valores políticos con la participación política digital.

Dichas relaciones se testearán introduciendo variables de control que conciernen al nivel micro y macro social previstos por la perspectiva psicosociológica, así como el género, la edad y el nivel de confianza en la gente al considerar a estas últimas como variables tradicionalmente utilizadas en este tipo de análisis. Ya que estas variables han sido utilizadas en los estudios clásicos de tipo politológico sobre las influencias de las actitudes políticas sobre la participación política offline, la posibilidad de demostrar si existe una diferencia cualitativa entre dichas variables, tal y como ha sido planteado por los modelos psico-sociológicos, permitiría abrir el campo a investigaciones específicas sobre cuáles son las creencias políticas que guían a los ciudadanos digitales en sus actividades políticas online. Puesto que el núcleo evaluativo-actitudinal es constante y que lo que cambia son las creencias que lo sustentan, en función del tipo de participación a evaluar, se podría plantear el estudio de las creencias que sustentan la evaluación y la postura actitudinal favorable hacia la participación política digital y que empujan a una persona a convertirse en un ciberactivista.

La participación política offline

Otro elemento individual a tomar en consideración en la explicación de la participación política digital, tiene que ver con la experiencia política previa del sujeto (Valencia, 1999), es decir, el hecho de haber participado anteriormente en actividades políticas. Esta relación es coherente con la visión de la participación política digital como algo diferente de la participación tradicional y, por lo tanto, como algo que puede recibir cierta influencia de esta (Jensen et al., 2007). De hecho, distintos autores están trabajando en demostrar esta relación, intentando averiguar cómo el hecho de que los internautas participen políticamente offline, y los estilos participativos con que lo hacen, inflencie la puesta en marcha de prácticas participativas digitales (Calenda and Mosca, 2007; Borge and Cardenal, 2011).

Los estudios pioneros sobre la participación política offline, consideraban que ésta se enmarcaba exclusivamente dentro de los mecanismos democráticos institucionalizados y, más concretamente, de aquellos relacionados con la elección de los representantes (Lane, 1959). Es decir, los tipos de participación se referían fundamentalmente al voto, a la asistencia a mítines, a la donación de fondos a partidos políticos, a la pertenencia a un partido político o a la transmisión de mensajes y opiniones a representantes públicos (Milbrath, 1977). Sucesivamente, los trabajos de Verba y Nie (1972) y de Verba, Nie y Kim (1987) introdujeron una ampliación significativa del repertorio de actividades participativas. Según estos autores las actividades políticas de los ciudadanos no sólo estarían orientadas a la elección de sus representantes, sino también, a influir sobre las decisiones y las acciones de los gobernantes. En este sentido, Barnes y Kaase (1979) presentan un criterio más abierto para la definición de los tipos de participación política al distinguir entre las prácticas políticas reconocidas por los autores precedentes, es decir, aquellas enmarcadas dentro del ámbito institucional o convencional y aquellas

otras, como la asistencia a manifestaciones, la petición de firmas o el boicot a determinados productos que quedan fuera de los marcos institucionales de acción política y que los autores denominan no-convencionales. El estudio de las prácticas políticas no-convencionales ha supuesto una importante fuente de inspiración para el estudio de la acción colectiva (Olson, 1986) y de los Movimientos Sociales (Melucci, 1989; McAdam, 1988).

Finalmente, en las últimas décadas, y al hilo de los estudios sobre la relación entre globalización y democracia, se han introducido matizaciones relevantes para el estudio de los tipos de participación política. (Reuveny and Li, 2003). Entre las características distintivas de este tipo de participación, además de su carácter no convencional, se destaca el hecho de que se realizan, en muchos casos, desde el ámbito privado (Micheletti, 2003), los ciudadanos las ponen en práctica como una actividad individual sin co-presencia de otros activistas (Pattie et al., 2004), su realización no implica estar vinculado a una organización ciudadana o política (Melucci, 2001) y, por último, supone, en muchos casos, la extensión de los ámbitos de acción política a nuevos espacios como el mercado o las empresas multinacionales (Micheletti, 2003).

En este trabajo se quiere tomar en consideración el conjunto más amplio posible de prácticas de participación política offline para ver si influyen sobre la participación política digital y cuál de ellas tiene mayor influencia. Por lo tanto, se estudiarán los efectos de prácticas políticas tradicionales conectadas al voto y al activismo en partidos políticos y asociaciones (Lane, 1959). Además se estudiará el efecto, sobre la participación política digital, de formas no convencionales de participación política (Barnes et al., 1979) vinculadas a la acción colectiva y a los nuevos movimientos sociales (Olson, 1986; Melucci, 1989; McAdam, 1988). Finalmente, se ha decidido

estudiar también la influencia, sobre la participación política digital, de las *Nuevas formas de participación política no convencional* (Micheletti, 2003).

Habilidades digitales

Recientemente, la comunidad académica ha empezado a dedicar particular atención a los factores que, respecto a la participación política offline, influyen de manera exclusiva sobre la participación política digital (Livingstone et al., 2005; Gibson et al., 2005). Principalmente, dichos factores conciernen el ámbito digital. Uno de los más estudiados coincide con las habilidades digitales del internauta (Sylvester and McGlynn, 2010).

Las habilidades digitales han sido estudiadas, por primera vez, en relación a la brecha digital de segundo nivel y a la “digital inequality” (Stern et al., 2009; DiMaggio and Bonikowski, 2008; van Deursen and van Dijk, 2009; Hargittai and Hinnant, 2008). En los últimos años, las sociedades occidentales han conocido un aumento en la difusión del acceso a Internet entre la población (Attewell, 2001). Por esta razón, la comunidad académica está considerando la posibilidad de que la brecha digital, es decir el desigual acceso a Internet por parte de la población (DiMaggio et al., 2001), esté destinada a desaparecer, dejando paso a otras tipologías de desigualdades (DiMaggio et al., 2004). Una de estas desigualdades, que estaría en la base de la llamada brecha digital de segundo nivel, está determinada por las diferencias de habilidades digitales entre los Internautas (Van Dijk, 2005). Las habilidades digitales coinciden con las competencias y el nivel de apropiación de la herramienta que caracterizan a las personas que utilizan Internet (Freese et al., 2006). Los estudiosos de la brecha digital de segundo nivel han medido dichos aspectos de las habilidades digitales de forma indirecta, a través de la

variedad de usos de Internet y de los contextos de uso que caracterizan el internauta (Hargittai, 2008).

Por contextos de uso se entienden la frecuencia y los años de utilización de Internet, la cantidad de lugares de conexión y la necesidad de utilizar Internet en el trabajo (DiMaggio and Bonikowski, 2008; Stern et al., 2009; Hargittai, 2010). Éstos permiten medir en qué medida el usuario de Internet se ha apropiado de esta herramienta y la ha integrado en su vida cotidiana. El otro indicador de habilidades digitales, la variedad de usos de Internet, es un índice indirecto de la competencia en el manejo de la herramienta. Tradicionalmente se ha medido a través de las diferentes actividades que se realizan online (Krueger, 2002; Van Dijk, 2005; 2006).

De la brecha digital de segundo nivel se derivaría otra forma de desigualdad, debida a la difusión no homogénea de los usos avanzados y beneficios de internet entre la población. Con usos beneficiosos y avanzados de Internet se entienden aquellos usos que permiten satisfacer necesidades individuales concretas a través de la consecución de determinados objetivos “digitales”, aumentando la calidad de vida del internauta y permitiendo cumplir con sus expectativas y preferencias (Stafford et al., 2004; Nam, 2011). La así llamada “digital inequality” (Hargittai and Hinnant, 2008) se originaría por el hecho de que dichos beneficios no estarían a disposición de todos, sino de los que consiguen utilizar la herramienta internet para alcanzar sus objetivos diarios. Por lo tanto, los especialistas en habilidades digitales se han centrado, entre otras, en la influencia de este tipo de variables sobre la adopción de usos ventajosos e innovadores de Internet (Peter and Valkenburg, 2006). Por ejemplo, Livingston y Helsper (2007) utilizaron una gama heterogénea de usos de Internet para analizar cómo influía la destreza en el manejo de Internet (*Internet proficiency*) sobre los usos beneficiosos y avanzados del mismo. Hargittai y Walejko (2008) estudiaron cómo la apropiación de la

herramienta, medida a través de los contextos de uso, favorece la puesta en marcha de los usos beneficiosos y avanzados de Internet relacionados con la producción y distribución de materiales a través de éste. Por último, Hargittai (2008) destaca la influencia del dominio y la apropiación de Internet, por parte del internauta, sobre el hecho de que éste utilice redes sociales.

En este trabajo se compartirá el interés hacia la influencia que ejercen las habilidades digitales sobre la adopción de un tipo concreto de usos beneficiosos y avanzados de Internet: la participación política digital. La literatura ha destacado la influencia de las competencias en el uso de Internet (Di Gennaro and Dutton, 2006) y de la apropiación de la herramienta (Sylvester and McGlynn, 2010) sobre la adopción de prácticas de participación política digital. Sin embargo, muy pocos autores se detienen en un estudio exhaustivo y detallado de la influencia de las habilidades digitales, y de todos sus componentes, sobre la participación política digital (Yun and Chang, 2010), delegando a este constructo más bien un rol supletorio en la facilitación de prácticas políticas digitales. De hecho, hasta el momento, se ha analizado la influencia de las Habilidades digitales desde el punto de vista de los usos de Internet o desde los contextos de uso por separado, faltando así hasta el momento un estudio que integre ambos conjuntos de indicadores, evaluando su impacto sobre la participación política digital.

NUEVAS HERRAMIENTAS ESTADÍSTICAS PARA EL ESTUDIO DE LOS FACTORES DE INFLUENCIA DE LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA DIGITAL

Finalmente, en este trabajo se intentará promocionar una herramienta estadística robusta para el estudio de los factores de influencia de la participación política digital. A tal propósito, es importante destacar cómo, según los autores que hacen referencia a la sociología analítica, el enfoque sociológico estadístico clásico, es decir aquel de tipo correlacional, resulta inadecuado para abarcar la complejidad que implica la explicación de los fenómenos a través de los mecanismos. Por ello, diferentes autores plantean la necesidad de utilizar modelos de tipo matemático, computacional o los modelos de ecuaciones estructurales (Lizón, 2006; Manzo, 2010; Gilbert, 2007). Los primeros se componen de ecuaciones que contienen algunas normas relativas a la transición entre dos estados de nivel alto (macro), pero no dan ninguna formalización detallada de la acción o de las normas sobre la interacción entre las entidades heterogéneas referentes al micronivel. Además, puede ocurrir que resulte difícil encontrar una representación matemática adecuada (Axtell, 2000; Hedström, 2005). Los métodos computacionales ayudan a resolver este problema. Aunque estos modelos no producen teoremas de carácter general, pueden generar, de forma deductiva, los patrones de mecanismos complejos. Esta flexibilidad deriva del lenguaje de programación específico en el que está basado el diseño de un modelo centrado en el agente. El núcleo del programa consiste en un conjunto de "objetos", es decir, unidades de cálculo definidas por ciertas propiedades, o atributos, y reglas de comportamiento, es decir los métodos o procedimientos. De acuerdo con el conjunto de propiedades y reglas que definen un objeto, éste se puede utilizar para modelar el comportamiento y la interacción de un conjunto de actores, grupos, organizaciones, etc.. Sin embargo, es importante destacar,

pese a lo potentes que este tipo de técnicas puedan parecer, a la hora de estudiar cómo funciona un mecanismo, que éstas no son capaces, por sí solas, de validar la relevancia empírica de un determinado mecanismo. Para ello, es necesario contextualizar los modelos computacionales a través de información empírica, tanto en referencias a las normas de comportamiento de las entidades como en las estructuras relacionales que, supuestamente, tienen alguna influencia sobre ellos. La propuesta de Hedström (2005) relativa a los modelos basados en los agentes y ponderados de forma empírica, identifica la información empírica con los datos estadísticos. En definitiva, se plantea el uso de modelos computacionales que deben de ser "contextualizados" a través de datos y estadísticas poblacionales. Los datos estadísticos sirven para destacar que es precisamente un mecanismo, y no otro, aquel que genera un determinado patrón de acción e interacción entre los agentes. Por eso se utiliza la calibración empírica: porque permite reducir la distancia entre el modelo teórico y realidad empírica.

Otra alternativa, es el uso de modelos de ecuaciones estructurales (Lizón, 2006). En el procedimiento basado en estos modelos, el control por combinación de posibles variables ajenas es reemplazado por un control estadístico más eficiente, que presume la especificación de una teoría y que envuelve a todas las variables que el investigador considera importantes. La dificultad de estos modelos radica en que los supuestos sustantivos, o no estadísticos, sobre los que se construyen las hipótesis causales no resultan observables. De hecho, lo único que se puede observar es el grado de covariación descrito por los datos empíricos, dejando siempre abierta la posibilidad de que haya variables espurias o causas comunes más profundas. Y es aquí donde la propuesta de formulación de teorías causales conecta directamente con la necesidad de contrastar las teorías. De hecho, una vez construido el modelo formal, si sus predicciones teóricas (los coeficientes parciales de regresión que «miden» la fuerza de

cada uno de los brazos del modelo) no se ajustan a los valores empíricos de la matriz de datos procedentes de la investigación empírica, entonces la teoría se descarta. Aún así cabe recordar que la descripción de relaciones a través de este tipo de modelos, si bien tiene la ventaja de permitir utilizar los datos estadísticos provenientes de los sondeos y las encuestas, impone cierta cautela a la hora de definir de forma tajante las relaciones causales. En primer lugar, es necesario apoyarse constantemente en la teoría a la hora de construir un modelo. En contextos no experimentales, tales como son prioritariamente los de la sociología empírica, la idea de que pueden hacerse inferencias causales de forma directa o libre de teoría a partir de modelos estadísticos ha sido fuertemente cuestionada, incluso por los propios estadísticos (Lizón, 2006). En segundo lugar, a falta de pruebas computacionales o experimentales que confirmen de forma más rotunda las relaciones causales planteadas, con el fin de excluir la presencia de relaciones espurias, es más oportuno hablar de "relación lineal predictiva entre dos (o más) fenómenos", más que de relación causal.

Con el objetivo de aportar evidencias empíricas a favor de la construcción de modelos complejos que incluyan la presencia simultánea de múltiples factores de influencia, en este trabajo se compararán los modelos correlacionales clásicos con los modelos de ecuaciones estructurales. Para el primer tipo de modelos se utilizarán modelos de regresiones múltiples entre cada uno de los factores de influencia tomados en consideración y la participación política digital. Para el segundo tipo de modelos se utilizarán, simultáneamente, todos los factores de influencia utilizados en los modelos anteriores. Sus relaciones se concretizarán en un modelo de ecuaciones estructurales que se construirá a partir de las aportaciones empíricas sobre el tema. Sucesivamente se

compararán los resultados obtenidos, para ver cuales modelos resultan ser más adecuados la explicación de los mecanismos que generan la brecha democrática.

Antes de ello, se han factorializado todos los indicadores del estudio 2736 que midiesen los 3 factores de la participación política digital objeto de estudio. Es decir, actitudes políticas, participación política offline y habilidades digitales. De este modo se ha intentado resumir información acerca de estos constructos, estudiando a la vez si se componen de dimensiones subyacentes. Los factores así extraídos han sido utilizados como variables numéricas en los análisis siguientes. Esto, se ha hecho con la intención de promover el uso de índices complejos en la implementación de modelos y análisis estadísticos, respecto al uso de múltiples variables. Estas últimas resultan de difícil aplicación en modelos estadísticos complejos. Además, no siempre garantizan una distribución normal de los datos.

3. ESTUDIO DE LA BRECHA DEMOCRÁTICA EN ESPAÑA

INTRODUCCIÓN

El objeto de este apartado es el estudio del nivel de la brecha democrática en España. Este fenómeno social se refiere a la desigual distribución entre la población de los usos políticos de Internet (Norris, 2001; Nam, 2011). El estudio de este tipo de desigualdades es parte del más amplio ámbito de investigación sobre la brecha digital. Tras observar el aumento del acceso a Internet entre la población de los países occidentales, numerosos autores han destacado cómo los usos ventajosos de esta tecnología tan sólo estaban difundidos entre algunos segmentos específicos de la población (Hargittai and Walejko, 2008). En concreto, se plantea que estos usos están distribuidos principalmente entre los

internautas más jóvenes que disponen de elevados recursos, tanto económicos como educativos (Hargittai and Hinnant, 2008; Min, 2010). Por el contrario, se establece que los demás internautas están más involucrados en usos de Internet relacionados con la diversión y la comunicación (Van Dijk, 2005; Peter and Valkenburg, 2006). Por último, entre los usos ventajosos de Internet, también se incluyen los usos políticos.

El objetivo de este apartado es diagnosticar la presencia efectiva de la brecha democrática en España así como, simultáneamente, estudiar su magnitud. Para ello, se estudiará la difusión de tres usos políticos de Internet. Se trata de los usos de la e-administración, del consumo de información política online y de los actos de participación política digital. La e-administración es una forma de democracia digital ya implantada en muchos países occidentales y consiste en el uso, por parte de los internautas, de las plataformas digitales para interactuar con la administración pública (van Deursen and van Dijk, 2009). El consumo de información política online es un uso político de Internet que incluye tanto el consumo de noticias políticas a través de los formatos digitales de los medios de comunicación tradicionales (periódicos, televisiones y radios online), como el uso de medios de comunicación alternativos tales como los blogs o los foros (Anduiza et al., 2010b). Finalmente, la participación política digital consiste en los actos de naturaleza política que los internautas implementan a través de Internet (Robles, 2008). Consecuentemente, incluye tanto formas de participación formales, promovidas y diseñadas por las instituciones de gobierno, como no institucionales. La participación informal recoge actos de protesta o intentos ciudadanos de influir y participar en los procesos de toma de decisiones políticos (Sæbø et al., 2008). Finalmente, se incluyen en este tipo de usos políticos de Internet aquellas acciones que no tienen un equivalente offline, es decir que solo se pueden implementar

a través de Internet. Es el caso del uso de redes sociales o blogs para difundir información, convocatorias, videos, etc. (Sæbø et al., 2009).

La brecha democrática se estudiará observando los porcentajes de difusión en España respecto a estos 3 usos. Dichos porcentajes se estudiarán en relación a la difusión del acceso a internet entre los españoles y desglosándolos por edad, nivel de estudios y estatus socio-económico. Además, en el caso de la e-administración y del consumo de información política online, también se construirán series temporales.

El procedimiento que se presenta a continuación tiene la siguiente secuencia: en primer lugar se describirán los diferentes estudios y encuestas españolas que han sido dedicados a Internet y sus usos políticos. A la vez, se detallarán las características de las diferentes bases de datos utilizadas para los análisis implementados. En el apartado empírico, se describirán los tipos de análisis desarrollados para alcanzar los objetivos de investigación planteados para el presente apartado. Finalmente, se presentarán los resultados de dichos análisis y se comentarán a la luz de los trabajos sobre brecha digital, desigualdad digital y brecha democrática.

LOS DATOS

Encuestas españolas sobre usos políticos de Internet

El examen de las diferentes encuestas que tratan los usos de Internet y la relación entre Internet y política muestra, en el caso de España, la carencia de datos que permitan profundizar en cuestiones relacionadas con la difusión de los usos políticos de Internet. Asimismo destaca el abandono sistemático del estudio de las variables que miden los posibles mecanismos que están en la base de la implementación de estos usos. La razón consiste principalmente en que las encuestas que recogen indicadores sobre usos de

Internet, incluyendo los políticos, y aquellas que preguntan sobre sus factores explicativos habituales se hallan por separado. Sin embargo, ninguna encuesta contempla ambas cuestiones de manera amplia y simultánea.

El INE se ha ocupado principalmente de cuatro tipos de datos:

- El uso de las TIC y el comercio electrónico en las empresas. Desde 2001 se investiga la implantación y el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación, así como del comercio electrónico en el sector empresarial.
- El equipamiento y el uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares, desde 2002.
- Las ramas y productos generados por el sector de las TIC según la metodología propuesta por la OCDE. Disponible desde 2003.
- La relación de los centros de enseñanza públicos y privados con las nuevas tecnologías (en colaboración con el Ministerio de Educación y Cultura): desde 2002 se investiga el número de alumnos y profesores por ordenador según la titularidad del centro y el tipo de uso. Asimismo, se registran indicadores acerca de la presencia de conexión a Internet en los centros, así como de su mantenimiento de una página web.

La encuesta sobre el "Equipamiento y el uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares" es la que más información recoge acerca de las conductas online de los internautas españoles. Esta encuesta recoge indicadores tanto acerca del acceso a Internet como de sus diferentes usos. En relación con el primer tipo de indicadores, esta encuesta mide el porcentaje de españoles que han utilizado Internet en los últimos tres meses, la frecuencia con la que lo han hecho y los diferentes lugares de conexión. Por otro lado, en cuanto a los diferentes usos de Internet, el estudio incluye indicadores sobre los usos potencialmente beneficiosos de esta nueva tecnología, como

por ejemplo, la búsqueda de información sobre salud, búsqueda de trabajo, realización de cursos de formación online o la compra de productos online. Al mismo tiempo, esta encuesta recoge diferentes indicadores sobre los usos políticos de Internet vinculados a la e-administración. Entre tales indicadores se encuentran los referidos a “Obtener información de páginas web de la Administración”, “Descargar formularios oficiales” y “Enviar formularios cumplimentados”, utilizados en este trabajo. No hay indicadores sobre la participación política digital.

Por su parte, el CIS ha elaborado diversos estudios en los que se incluye una amplia variedad de indicadores sobre los usos políticos de Internet. Desde el año 2002 hasta el año 2011 en distintos estudios de esta institución se recogen indicadores acerca del uso de Internet para acceder a la información política (ref. 2450, 2575, 2588, 2633, 2672, 2749, 2798, 2834 y 2905). Además, los barómetros de abril de 2009, de 2011 y de 2012 (ref. 2798, 2885, 2941) contienen indicadores sobre la escritura de comentarios en blogs políticos. Por otro lado, los estudios 2757 de 2008, el 2798 de 2009, el 2834 de 2010 y el último estudio post-electoral (2920) de 2011 presentan ítems que miden el uso de blogs para obtener información política.

En concreto, el estudio 2450 de 2002, nominado “Ciudadanía, implicación y democracia”, investiga dimensiones relativas a la participación y el comportamiento político de los ciudadanos. Con respecto al uso de Internet, incluye indicadores acerca de la frecuencia de uso semanal, el uso de Internet para acceder a información política y, tras una amplia batería que recoge las actividades políticas offline, se pregunta al encuestado si ha usado Internet en relación con alguna de dichas actividades pero sin especificar a cuál. Otro ejemplo es el estudio que en 2004 realizaron el CIS y el “International Social Survey Programme” (estudio 2575, titulado “Ciudadanía y participación”) en el que, de nuevo, se plantean preguntas relativas a la participación y

se incluyen indicadores sobre el uso de Internet. En esta ocasión, el cuestionario pregunta acerca del uso de Internet para obtener información política.

El CIS también ha elaborado diferentes barómetros de opinión relativos a los usos de las nuevas tecnologías: barómetros de septiembre 2000 (estudio 2398), septiembre 2001 (estudio 2429) o enero 2004 (estudio 2554), los cuales incluyen preguntas que permiten trazar un perfil de los usuarios y los no usuarios del ordenador, la telefonía móvil e Internet. Sin embargo, los indicadores con contenido político sólo se refieren a preguntas de evaluación de la situación política o de líderes, al recuerdo de voto o a la posición en una escala ideológica. Por su parte, el barómetro de febrero de 2008 (2754), incluye preguntas sobre el acceso y la frecuencia de uso de Internet, sobre los distintos usos de la red y sobre la seguridad de los datos por Internet. Mientras que en el estudio postelectoral de elecciones generales y autonómicas en Andalucía de 2008 (2757/0) se hallan indicadores acerca del seguimiento de la campaña electoral y de los resultados de las elecciones por Internet.

Finalmente, tanto el estudio sobre la calidad de los servicios públicos de 2008 (2762) y de 2010 (2840), como el barómetro de marzo de 2009 (2794), presentan indicadores acerca del uso de los servicios online de la Administración pública y acerca de la satisfacción con respecto de los mismos.

En el caso del Instituto de la Juventud, sus informes sobre "Juventud en España" (años 2008, 2004 y 2000) incluyen indicadores sobre actitudes, valores y participación política de los jóvenes españoles. Sin embargo, no hay indicadores sobre los usos políticos de Internet ni sobre la participación política digital. Lo mismo ocurre con la Encuesta Social Europea, puesto que en ninguna de sus cinco oleadas, desde el año 2002 hasta el año 2010, han sido incluidos indicadores sobre Internet ni participación política digital.

Este comentario sobre la coexistencia de indicadores que miden el acceso a Internet, sus usos políticos y las actitudes, valores y participación política tradicionales, ha evidenciado la escasez de estudios ocupados, de forma conjunta y con cierto nivel de profundidad, de la difusión de los usos de Internet vinculados con la participación política digital. En este contexto, el estudio del CIS del año 2007 titulado "Internet y participación política" (ref. 2736) supone una excepción. Se trata de la primera encuesta en España dedicada a recoger información tanto sobre la difusión de Internet en España como de sus distintos usos, incluidos los políticos, por parte de la población española. Además, el estudio 2736, también recoge indicadores sobre la participación política digital, la participación tradicional, las actitudes políticas y el consumo de información política, tanto online como offline.

Los datos utilizados para la construcción de las series temporales

Para describir el fenómeno de la brecha democrática en España se ha recurrido, entre otras fuentes, al análisis de cinco series temporales. Tales fuentes están compuestas por diferentes indicadores sobre el acceso a Internet, el uso de Internet para obtener información política y la e-administración.

Con el fin de construir la serie sobre el acceso a Internet se han utilizado los datos del INE proporcionados por la "Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares". En concreto, se ha utilizado la variable dicotómica "Acceso a Internet en los últimos 3 meses" recogida a lo largo de ocho años consecutivos. Las ocho encuestas, suministradas entre 2004 y 2011, presentan iguales métodos y criterios de muestreo, idéntica formulación de la pregunta en cuestión y las mismas categorías de respuesta. En consecuencia, los datos son respetuosos con los criterios a seguir para la construcción de series temporales. En la tabla 2 se presentan los

tamaños muestrales y los diferentes métodos de administración de cada una de las ocho encuestas.

Año	CATI	CAPI	N Total
2004	9.187	5.138	14.325
2005	10.187	6.481	16.668
2006	11.609	7.834	19.443
2007	12.268	6.863	19.131
2008	11.288	6.225	17.513
2009	10.648	6.057	16.705
2010	10.258	6.086	16.344
2011	10.237	5.564	15.801

Tabla 1: Estudios que componen la serie "Acceso a Internet".

Las ocho muestras escogidas se refieren a población española, de ambos sexos, de edad comprendida entre 16 y 74 años y que habita en las viviendas familiares del territorio nacional. Ha sido entrevistada una sola persona por vivienda, previamente seleccionada a través de un método aleatorio informatizado. El diseño muestral se ha realizado sobre el conjunto del territorio español, mediante un muestreo trietápico estratificado por las unidades de la primera etapa. Dichas unidades son las secciones censales. Por su parte, las unidades de segunda etapa son las viviendas familiares principales. Mientras que en la tercera etapa se ha seleccionado a una persona de más de 16 años en cada vivienda. El criterio de estratificación utilizado ha sido el tamaño del municipio al que pertenece la sección. Además, para cada comunidad autónoma, se ha diseñado una muestra independiente que permitiese representarla. La muestra se distribuye entre las comunidades autónomas utilizando una afijación de compromiso entre la uniforme y la proporcional al tamaño de la comunidad. En relación con los estratos, la afijación es proporcional a su tamaño, al mismo tiempo que se ha establecido número de secciones por estrato en cada comunidad autónoma sea múltiplo de cuatro. Para las viviendas de las que no se disponía de un contacto telefónico se han realizado entrevistas personales con metodología CAPI. Mientras que en los hogares en los que se disponía del mismo

se han realizado entrevistas CATI. Ambos cuestionarios recogen la misma información y utilizan las mismas variables.

Con respecto al uso de los servicios de e-administración, la “Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares” contiene tres indicadores: “Obtener información de páginas web de la Administración”, “Descargar formularios oficiales” y “Enviar formularios cumplimentados”. Los tres indicadores hacen referencia a los tres meses anteriores a la encuesta y los tres están representados por variables dicotómicas. En este caso, sin embargo, los indicadores sólo están disponibles para los años que van desde 2005 hasta 2010. Las características muestrales son las mismas descritas para la serie sobre el acceso a Internet. Consecuentemente, las características de muestreo son uniformes para las seis tomas. También la formulación de las preguntas se ha mantenido constante a lo largo de los diferentes años, así como las opciones de respuesta. Por tanto, se concluye que también en este caso se respetan los criterios mínimos para poder analizar una serie temporal de baja frecuencia.

Finalmente, en relación con la serie temporal sobre el uso de Internet para el consumo de información política, se han utilizado los estudios del CIS con referencia 2575, 2588, 2633, 2672, 2749, 2798, 2834 y 2905. Dichos estudios cubren el tramo temporal que va desde 2004 hasta 2011. En la tabla 2 se presenta el número de referencia de los estudios, el año de realización correspondiente y el tamaño muestral de cada uno de ellos.

Nº Estudio	Año	N total
2575	2005	2428
2588	2004	2463
2633	2006	2466
2672	2007	2448
2749	2008	2457
2798	2009	2445
2834	2010	2450
2905	2011	2457

Tabla 2: Estudios que componen la serie "Uso de Internet para obtener información política".

Todos estos estudios presentan los mismos métodos y criterios de muestreo. En concreto, el CIS ha utilizado muestreos polietápicos, estratificados por conglomerados, con selección de las unidades primarias de muestreo (municipios) y de las unidades secundarias (secciones) de forma aleatoria proporcional, así como de las unidades últimas (individuos) mediante rutas aleatorias y cuotas de sexo y edad. Los estratos se han formado a través del cruce de las 17 comunidades autónomas con el tamaño de hábitat, dividido éste en siete categorías: menor o igual a 2.000 habitantes; de 2.001 a 10.000; de 10.001 a 50.000; de 50.001 a 100.000; de 100.001 a 400.000; de 400.001 a 1.000.000, y más de 1.000.000 de habitantes. Los cuestionarios se han aplicado mediante entrevista personal en los domicilios. La afijación, para cada una de las muestras, ha sido proporcional.

En las ocho encuestas se ha mantenido la misma formulación de la pregunta³. En este caso la variable no es dicotómica sino ordinal ya que las opciones de respuesta varían desde la opción “Nunca” hasta la opción “Todos los días”⁴. Utilizando la metodología propuesta por Del Castillo (2004), se han recodificado las diferentes categorías de respuesta mediante un índice numérico calculado a través de “las medias aritméticas de las puntuaciones ponderada con las proporciones de respuesta” (pág. 162). Este índice

³ “¿Con qué frecuencia utiliza Internet para obtener noticias o información política?”

⁴ Entre ambas es posible optar por las opciones “3/4 días por semana”, “1/2 días por semana” y “Menos de 1/2 días por semana”.

varía desde 0 hasta 100. Su carácter numérico autoriza todo tipo de operación aritmética, como la media.

Características del diseño del estudio 2736

Como se ha dicho anteriormente, para el estudio de las conductas de participación política digital se han utilizado los datos de la encuesta del CIS “Internet y Participación Política” (ref. 2736).

El diseño muestral del estudio 2736 está constituido por una muestra nacional, una sub-muestra de jóvenes de 18 a 44 años y otra sub-muestra de Andalucía. El universo de referencia se compone de la población española de ambos sexos, mayor de 18 años, en un caso, y jóvenes de 18 a 44 años, en el otro. De esta manera se ha querido sobrerrepresentar la población juvenil española. El procedimiento de muestreo ha sido polietápico, estratificado por conglomerados, con selección de las unidades primarias de muestreo (secciones) de forma aleatoria proporcional, y de las unidades últimas (individuos) por rutas aleatorias y cuotas de sexo y edad. La afijación es no proporcional.

Los estratos se han formado por el cruce de las 17 comunidades autónomas con el tamaño de hábitat, dividido en 7 categorías: menor o igual a 2.000 habitantes; de 2.001 a 10.000; de 10.001 a 50.000; de 50.001 a 100.000; de 100.001 a 400.000; de 400.001 a 1.000.000, y más de 1.000.000 de habitantes.

Las entrevistas se han realizado exclusivamente en las secciones que se indican en el diseño de la muestra. Una vez identificada la sección muestral se ha realizado sobre el terreno una ruta que abarcara la mayor parte de las calles, siguiendo las indicaciones

que se envían a los coordinadores para su distribución entre los entrevistadores. A continuación, se presentan los puntos de muestreo:

Muestra	Provincias	Municipios
Nacional	46	157
Andalucía	8	56
Jovenes	46	198

Tabla 3: puntos de muestreo del estudio 2736 (Fuente: Informe trabajo de campo del CIS).

La selección final de individuos se ha realizado mediante cuotas de edad y sexo. Según reflejan los coordinadores en sus informes (véanse los anexos), debido a dificultades en el cumplimiento de las cuotas, se detectan las siguientes desviaciones de edad, incluyendo las entrevistas no realizadas y teniendo en cuenta las tres muestras:

Sexo	Edad					
	<i>De 18 a 24</i>	<i>De 25 a 34</i>	<i>De 35 a 44</i>	<i>De 45 a 54</i>	<i>De 55a 64</i>	<i>Más de 65</i>
<i>Varones</i>	5	-21	6	3	--	-3
<i>Mujeres</i>	-5	-4	-5	-4	5	-4

Tabla 4: Desviaciones de las cuotas de sexo y edad de la muestra del estudio 2736 (Fuente: Informe trabajo de campo del CIS).

La muestra diseñada ha sido de 3739 entrevistas y, como se acaba de mencionar, ha sido construida a través de dos selecciones independientes, una sobre la población general (18 años y más) y otra sobre la población con una edad comprendida entre los 18 y los 44 años. Esta franja de edad es particularmente permeable al uso de Internet, así que las autoras han elaborado una muestra significativa de la población más joven, con el objetivo de asegurar el suficiente número de usuarios de Internet para el análisis (Anduiza et al., 2010a). A continuación, se propone la distribución diseñada de las entrevistas:

Tramos de edad	Andalucía	Resto de España	Total
18 años y más	1.002	1.237	2.239
18-44 años	277	1.233	1.500
Total	1.279	2.470	3.739

Tabla 5: Muestra diseñada para el estudio 2736 (Fuente: Informe trabajo de campo del CIS).

Sin embargo, el número de entrevistas no realizadas ha ascendido hasta 23. Como resultado, el tamaño real de la muestra ha coincidido con un total de 3716 sujetos

entrevistados. A continuación, se presenta la distribución de las entrevistas no realizadas por provincias y la distribución de la muestra realizada.

Provincia	Nº Entrevistas no realizadas
Barcelona	4
Granada	3
Madrid	10
Málaga	1
Navarra	1
La Rioja	1
Sevilla	3
TOTAL	23

Tabla 6: Entrevistas no realizadas (Fuente: Informe trabajo de campo del CIS)

Tramos de edad	Andalucía	Resto de España	Total
18 años y más	809	1.836	2.645
18-44 años	463	608	1.071
Total	1.272	2.444	3.716

Tabla 7: Muestra diseñada para el estudio 2736 (Fuente: Informe trabajo de campo del CIS).

Para poder trabajar con los datos de la muestra nacional en su conjunto, el CIS ha elaborado coeficientes de ponderación que afectan a cada uno de los estratos generados por las variables “Edad” (entre 18 y 44 años y >44), “CC.AA.” y “Tamaño de municipio”. Los coeficientes de ponderación, que figuran en el apartado “Anexos” de este trabajo, nos permiten observar cómo la sobrerrepresentación de Andalucía ha sido corregida, así como se ha corregido la sobrerrepresentación de la población con una edad comprendida entre los 18 y los 44 años.

En conjunto, si se considera el ámbito nacional, para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas), y si $P = Q$, el error real es de $\pm 1,64 \%$ para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple.

Finalmente, en relación con el modo de suministración, los cuestionarios se han aplicado mediante entrevista personal en los domicilios (PAPI, Paper and Pencil Interviewing)..

ANÁLISIS

En este capítulo se describe la situación española en términos de brecha democrática. Para cumplir con este objetivo se ha decidido, en primer lugar, observar la evolución de la penetración del acceso a Internet en España. Esta tarea permite observar la evolución del fenómeno de la brecha digital y así utilizarlo como contraste en el estudio de la brecha democrática. Para ello, se han utilizado los datos de la encuesta del INE sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y la comunicación en los hogares, entre los años 2004 y 2011. Se han generado así cuatro series temporales. La primera serie recoge los porcentajes absolutos de acceso a Internet en España en cada uno de los ocho años de medición. Mientras que, en las otras tres, se han desglosado los porcentajes de acceso, en cada año, según las categorías de las variables edad, nivel de estudios y situación laboral, construidas tal y como lo hace el INE⁵.

En un segundo momento, se ha utilizado la misma encuesta y las mismas variables sociodemográficas para construir las series temporales sobre e-administración: “Obtener información de páginas web de la Administración”, “Descargar formularios oficiales” y “Enviar formularios cumplimentados”. Como en el caso del acceso a Internet, cada uno de estos indicadores ha sido objeto de cuatro series: una absoluta y otras tres en base a la segmentación por variables sociodemográficas. Sin embargo, estas tres series temporales se desarrollan durante los años entre 2005 y 2010.

También se analiza una serie temporal sobre el consumo de información política mediante Internet, construida a partir de diferentes estudios del CIS, y que cubre el tramo temporal que va desde 2004 hasta 2011. En este caso se recurre de nuevo a las

⁵ Es decir, 3 variables ordinales cuyas categorías corresponden a:

- Situación laboral: Activo Ocupado, Activo parado, Estudiante, Jubilado y Tareas del hogar.
- Estudios: Sin Estudios, Educación primaria, Primera etapa de educación secundaria, Segunda etapa de educación secundaria, FP de grado superior y Estudios superiores-universitarios.
- Edad: De 16 a 24 años, De 25 a 34 años, De 35 a 44 años, De 45 a 54 años, De 55 a 64 años y De 65 a 74 años.

variables socio-demográficas clásicas Edad y Nivel de Estudios para desagregar esta serie temporal. Además, la variable Situación Laboral viene sustituida por el indicador del CIS sobre Estatus Socio-Económico⁶.

Finalmente, se describe, a través de la encuesta 2736, la difusión y la distribución en la población de las prácticas de participación política digital. Con este fin, se presentan las frecuencias de los seis indicadores de la participación política realizada a través de Internet presentes en el estudio 2736: “Contactar con un político o con un partido político”; “Contactar con una administración para quejarse o protestar”; “Comunicar con una asociación u organización”; “Donar o recaudar dinero para una campaña o para una organización/asociación”; “Escribir comentarios en un Blog o Foro de contenido social o político” y “Firmar una petición”. Las características del muestreo y el tamaño muestral del estudio 2736 han sido descritos previamente. En primer lugar, se han observado los porcentajes de cada uno de los seis indicadores. En un segundo momento, cada uno de ellos ha sido cruzado con las variables de Edad, Nivel de Estudios y Estatus Socio-Económico, operacionalizadas según los criterios del CIS. De este modo se pretende ver cómo se distribuyen estas prácticas entre los diferentes segmentos de la población española en el año 2007.

Análisis de las series temporales

Para el análisis de series temporales de baja frecuencia, como las que se presentan en este trabajo, no es posible la implementación de modelos de predicción como, por

⁶ Se han construido según los criterios del CIS. Las tres son variables ordinales y las categorías que componen cada una de ellas son:

- Estatus Socio-Económico: Obreros No Cualificados, Obreros Cualificados, Viejas Clases Medias, Nuevas Clases Medias y Clase Alta/Media-Alta.
- Edad: Entre 18 y 24 años, Entre 25 y 34 años, Entre 35 y 44 años, Entre 45 y 54 años, Entre 55 y 64 años y Mayores de 65 años
- Nivel de Estudios: Sin Estudios, Educación Primaria, Educación Secundaria, Segundo nivel de Educación Secundaria, Formación Profesional de grado superior y Educación Superior.

ejemplo, el modelo Arima. Sin embargo, es posible extraer conclusiones sobre la evolución de los datos a partir de la observación de las tendencias registradas en las mismas. A su vez, es posible destacar las diferencias de porcentajes que resultan ser significativas, bien entre los años o bien entre las diferentes categorías de las variables de control, para lo cual se han realizado pruebas ANOVA de un factor.

La evolución de las tasas de penetración del acceso a Internet y de los usos políticos de Internet es analizada mediante la aplicación, en primer lugar, de cinco análisis ANOVA. Todos ellos toman el año de realización de la encuesta como factor de agrupación. Mientras que en calidad de variables dependientes, estos cinco análisis adoptan como tales el acceso a Internet, los tres usos de e-administración y el consumo de información política online. Cada una de las variables dependientes es dicotómica de forma que, en lugar de comparar medias, el análisis ha comparado porcentajes. Como excepción, el consumo de información política online se ha medido a través de un índice numérico. En este caso, por lo tanto, se ha recurrido a la comparación entre medias aritméticas. Así, se observan las diferencias de porcentajes de acceso y e-shopping entre los distintos años, destacando aquellas diferencias que, entre cada año, resultan significativas.

En un segundo momento, se repiten los análisis ANOVA, incluyendo también las variables edad, nivel de estudios y situación laboral (o el estatus socioeconómico), como variables de agrupación. Las variables dependientes no se han modificado. De este modo, se implementan diferentes análisis, uno por cada año de la encuesta, para poder averiguar si, en el mismo año y entre las diferentes categorías de cada una de las variables de control, hay diferencias significativas de los porcentajes de acceso a Internet y de e-shopping. Además, para garantizar la comparación entre todos los porcentajes, se han implementado ulteriores análisis ANOVA entre los años,

seleccionando, para cada análisis, sólo aquellos sujetos que pertenecen a una categoría concreta de las que componen las variables edad, nivel de estudios y situación laboral (o estatus socioeconómico). Se ha repetido dicha operación en cada una de las categorías de estas tres variables, llegando a implementar un número total de 192 análisis ANOVA.

Asimismo, en cada uno de estos análisis se realiza el test de homogeneidad de varianzas de Levene. Dependiendo de los resultados de dicho test, se ha observado la bondad general de ajuste del modelo bien a partir del test F de la ANOVA, en el caso de varianzas homogéneas, bien a partir del estadístico de Welch, en el caso de varianzas no homogéneas. Todos los análisis implementados han resultado ser significativos.

En cada caso, a la hora de hacer comparaciones por pares entre los años o entre las categorías de las variables sociodemográficas, se utilizan, cuando las varianzas resultaran homogéneas, los índices de Tukey, y los índices de Games-Howell en el caso de tener varianzas no homogéneas.

Por otro lado, en la medida en que las dimensiones de las muestras realizadas en los distintos años no son iguales, el análisis ha sido realizado utilizando las medias armónicas de las dimensiones de las muestras.

En relación con los actos de participación política digital se implementan diferentes análisis ANOVA. En este caso, sólo hay un año de recogida de datos, de forma que no se realizan comparaciones entre años. Sin embargo, con respecto al año 2007, sí que se han confrontado las diferencias de porcentajes generadas por los cruces entre los seis indicadores de la participación política digital con la Edad, el Nivel de Estudios y el Estatus Socio-Económico. Estos tres indicadores constituyen los factores de agrupación, mientras que los ítems dicotómicos sobre participación política digital son escogidos como variables dependientes.

Por razones de espacio, no se pueden presentar todos los índices de los diferentes análisis implementados. Consecuentemente, nos limitaremos a mencionar aquellas diferencias de porcentajes que han resultado ser significativas y aquellas que no, en base a los análisis ANOVA.

Resultados I: El acceso a Internet

En el gráfico 1 es posible apreciar los porcentajes de acceso a Internet en España entre los años 2004 y 2011.

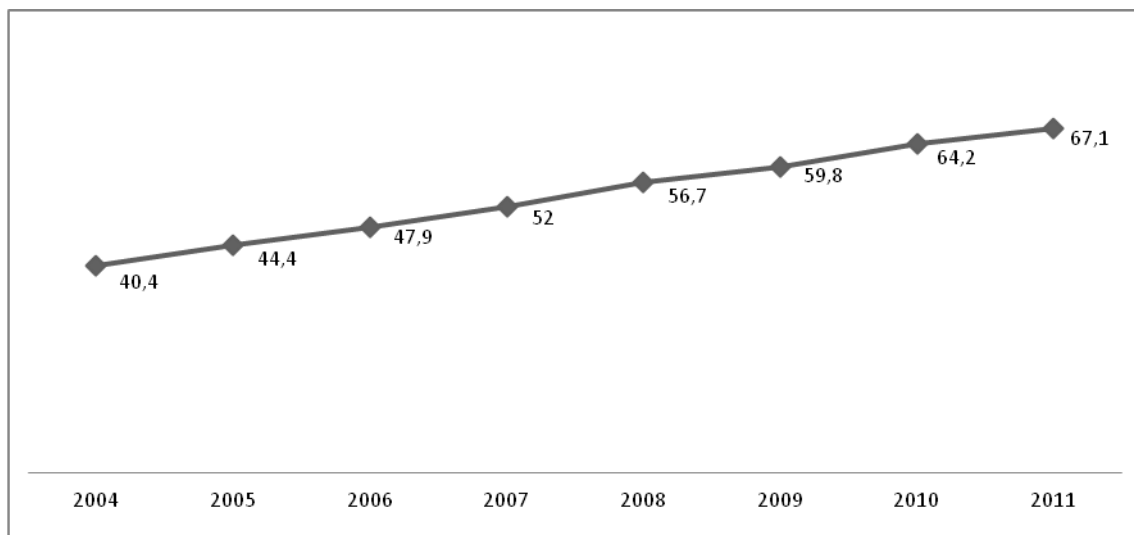


Gráfico 1: Porcentajes de difusión del acceso a Internet (2004-2011). Fuente: INE.

Todos los porcentajes presentados en el gráfico son significativamente diferentes entre sí. El gráfico muestra, además, una tendencia al crecimiento, lo cual denota un proceso de reducción, con el paso del tiempo, del fenómeno de la brecha digital. En efecto, los datos parecen avalar las tesis de reducción de la brecha digital, ya que los porcentajes de acceso a Internet han pasado, desde un 40,4% en el año 2004, hasta un 67,1% en el año 2011.

En todo caso, se quiere averiguar si dicha evolución presenta los mismos patrones entre los diferentes segmentos poblacionales caracterizados por diferentes edades, niveles educativos y situaciones laborales.

El gráfico 2 muestra la evolución del acceso a Internet en España según diferentes franjas de edad. Los resultados de los análisis ANOVA indican que, entre las diferentes categorías de la variable edad, y en cada uno de los años, todos los porcentajes de acceso a Internet son significativamente diferentes de los demás.

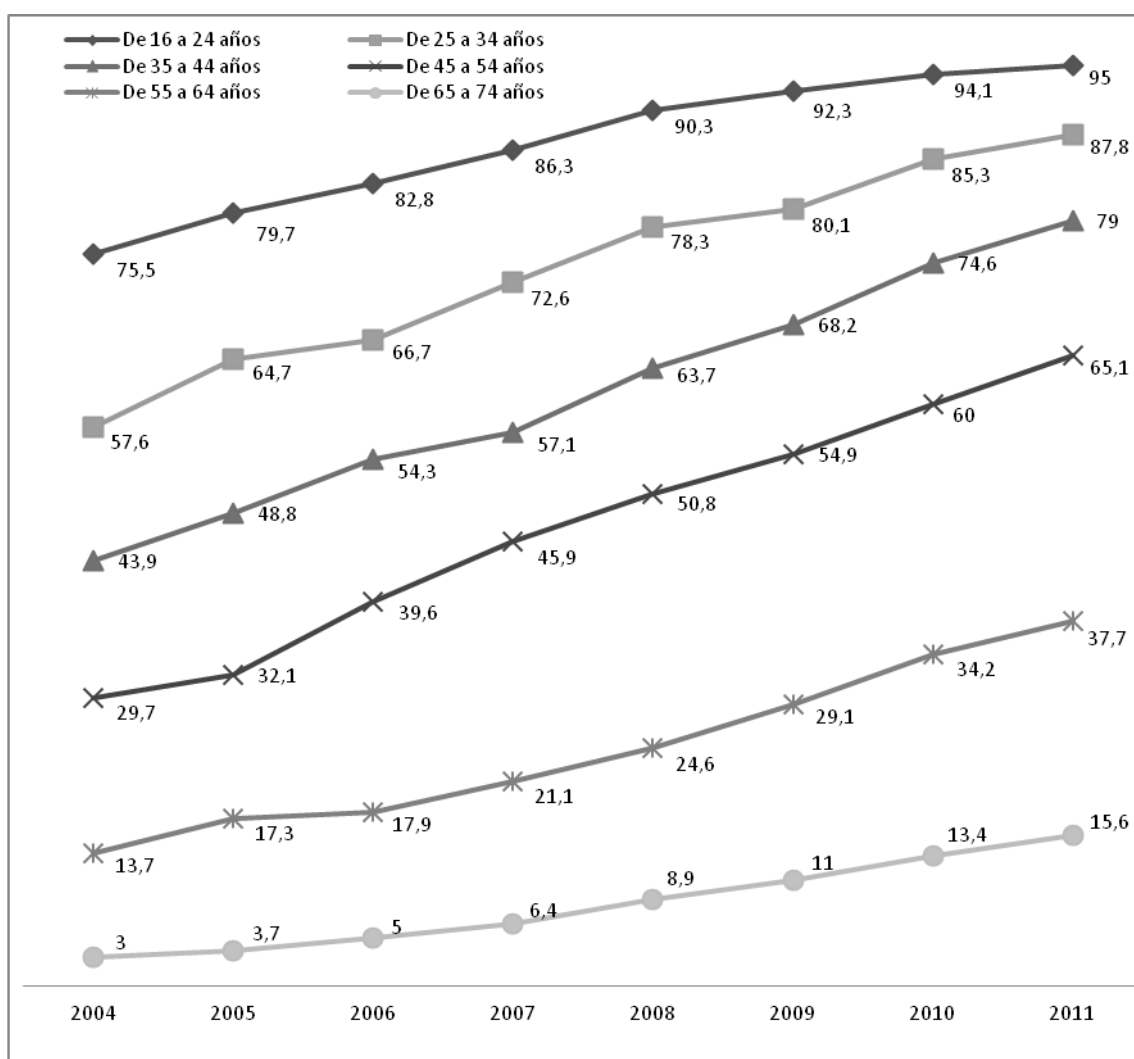


Gráfico 2: Porcentajes de penetración del acceso a Internet por Edad (2004-2011). Fuente: INE.

Si se considera el último año de la serie, el 2011, los datos muestran una diferencia consistente entre los niveles de acceso alcanzados por los segmentos de población que van desde los 16 hasta los 24 años y desde los 25 hasta los 34 años (95% y 87,8%

respectivamente) respecto a las franjas de edad que van desde los 55 hasta 64 años y desde los 65 hasta los 74 años. Estos últimos dos segmentos presentan, respectivamente, una penetración de Internet de tan sólo el 37,7% y del 15,6%. Además, estas dos últimas franjas de edad muestran un crecimiento más ralentizado, creciendo sólo en 24 y 12,6 puntos porcentuales respectivamente, frente a los 32, 36 y 22 puntos porcentuales de crecimiento de las franjas entre 25 y 34 años, entre 35 y 44 años y entre 45 y 54 años. En el gráfico 3 se presentan los porcentajes de evolución del acceso a Internet según el nivel de estudios de los entrevistados.

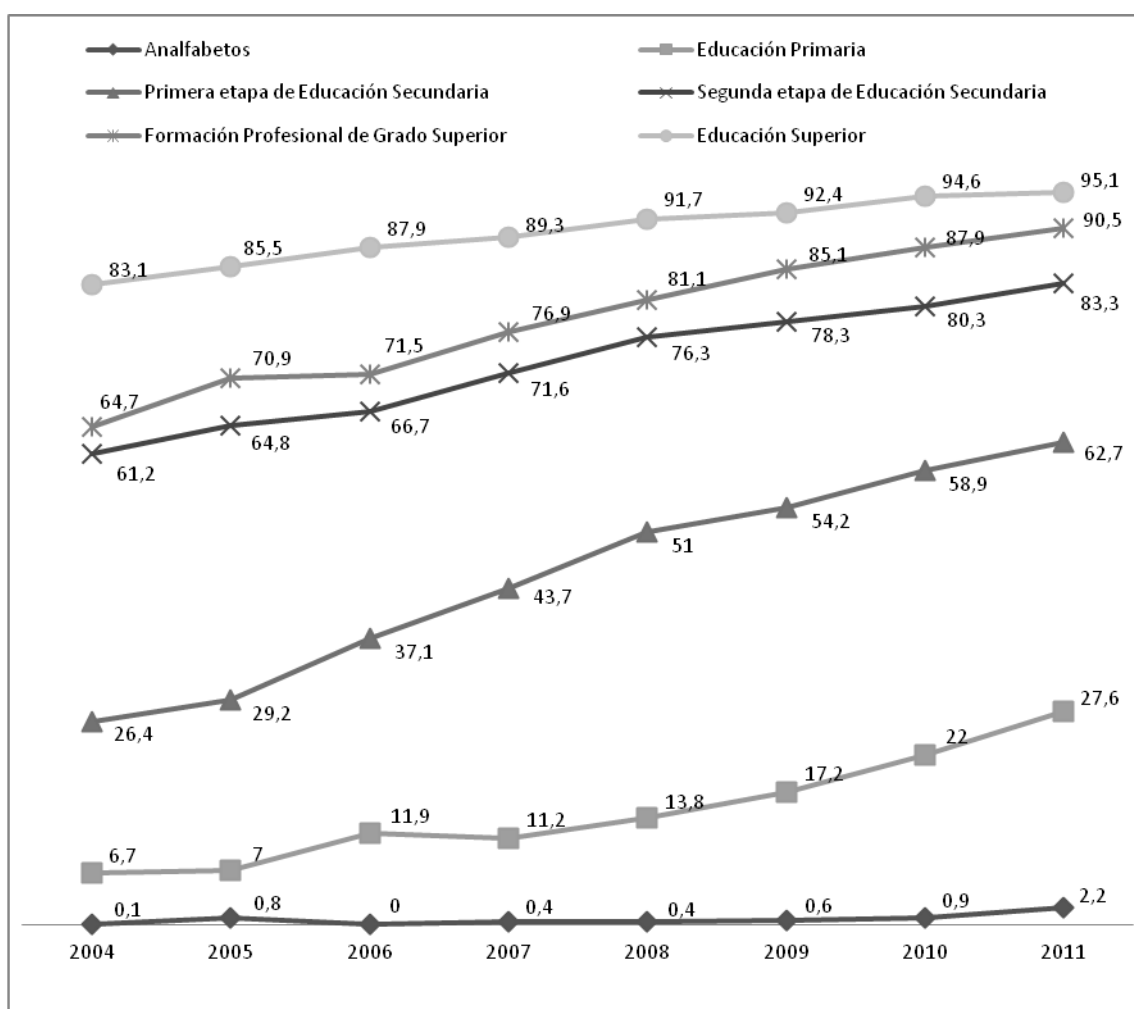


Gráfico 3: Porcentajes de penetración del acceso a Internet por Nivel de Estudios (2004-2011). Fuente: INE.

También en este caso, los resultados de los análisis ANOVA destacan porcentajes de acceso a Internet significativamente diferentes entre las diferentes categorías de la variable Nivel de Estudios, así como entre cada uno de los años. Así, el gráfico muestra

cómo los segmentos de población con niveles de estudios más altos, es decir educación superior, segunda etapa de educación secundaria y formación profesional de grado superior, presentan los porcentajes más elevados de penetración del acceso a Internet, con un 95,1%, un 90,5% y un 83,3%, respectivamente. Entre estos segmentos, la tasa de crecimiento más baja es aquella que caracteriza a los sujetos con estudios superiores: un 12% en ocho años. Sin embargo, hay que destacar que, para este mismo segmento poblacional, el porcentaje en el comienzo de la serie, en 2004, era considerablemente elevado (83,1%). Por otra parte, los sujetos con nivel de estudios de segunda etapa de educación secundaria y de formación profesional de grado superior presentan elevadas tasas de crecimiento, con un 25,8% y 22,1% respectivamente.

Por su parte, los individuos con "Primera etapa de Educación Secundaria" también tienen una elevada tasa de crecimiento, ya que pasan de porcentajes de difusión del 26,4% en 2004, hasta el 62,7% en 2011. Entre las diferentes categorías del nivel de estudios, ésta es la que representa el segmento de población con un mayor crecimiento en los porcentajes de penetración de acceso a Internet. Aún así, su porcentaje en 2011 permanece a una distancia de entre 20 y 33 puntos porcentuales respecto de las tres franjas poblacionales marcadas por un nivel de estudios más alto.

Por otro lado, los sujetos con educación primaria tiene una buena tasa de crecimiento (20,9%) pero, dado que partían de un porcentaje de penetración muy bajo en 2004 (6,7%), sólo llegan a tener una tasa de difusión, en 2011, del 27,6%.

Finalmente, se destaca como los sujetos sin estudios tienen una tasa de crecimiento casi inexistente. El porcentaje de difusión del acceso a Internet en esta categoría rozaba el 0% en 2004, mientras que en 2011 no ha llegado al 3%.

Por último, el gráfico 4 presenta los porcentajes de la difusión del acceso a Internet, a lo largo de los últimos ocho años, diferenciados para cada uno de los segmentos poblacionales caracterizados por diferentes situaciones laborales.

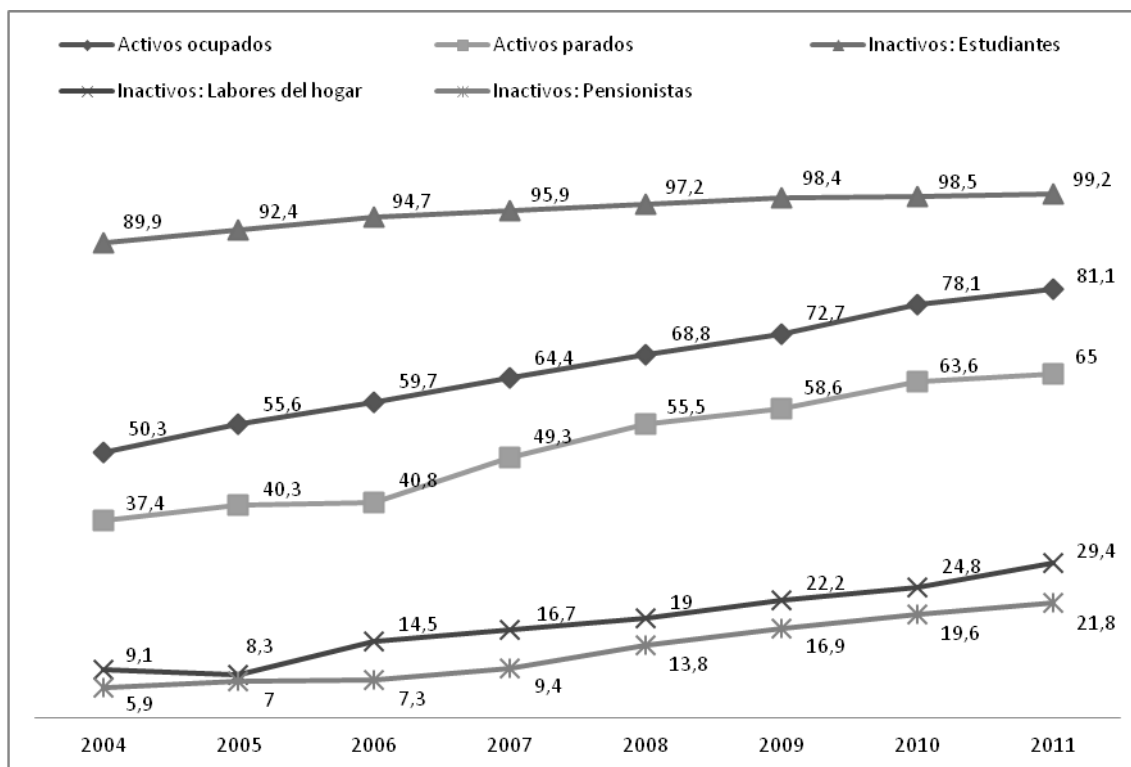


Gráfico 4: Porcentajes de penetración del acceso a Internet por Situación Laboral (2004-2011). Fuente: INE.

Los análisis ANOVA implementados muestran cómo, entre las diferentes categorías de esta variable y en cada uno de los años, todos los porcentajes de acceso a Internet resulten ser significativamente diferentes de los demás. Los porcentajes presentados en el gráfico 6 destacan cómo los estudiantes representen el estrato con un porcentaje superior de acceso a Internet que llega hasta el 99,2% en 2011. Los activos ocupados y parados también muestran elevados porcentajes de acceso a Internet, llegando hasta un 81,1% y acercándose mucho a los valores de los estudiantes. Además, su crecimiento es el más alto entre las categorías de la variable “Situación Laboral”: 30,8 puntos porcentuales en el caso de los activos ocupados.

Por su parte, los activos parados también crecen notablemente (27,6 puntos porcentuales). Sin embargo, su punto de partida relativamente bajo en 2004 (37,4%),

sitúa esta franja poblacional a una distancia considerable de los estudiantes, categoría de referencia más alta en términos de porcentaje de acceso a Internet.

Por otro lado, los estratos formados por los pensionistas y por las personas que se dedican a labores del hogar representan un grupo aparte. Estos dos segmentos de población son los que muestran un porcentaje inferior de acceso a Internet. Según el gráfico, dichos segmentos presentan, en 2011, porcentajes de acceso similares: 21,8% en el caso de los pensionistas y 29,4% en el de las personas que se dedican a labores del hogar. La misma cercanía se destaca en todos los demás años de la serie. De hecho, también el crecimiento es parecido, siendo, respectivamente, de 20,3 y de 16 puntos porcentuales.

Resultados II: Usos vinculados a la e-administración

En el siguiente epígrafe se describe la evolución de la difusión en España de los usos de Internet vinculados a la e-administración. Para ello se utilizan los indicadores “Obtener información de páginas web de la Administración”, “Descargar formularios oficiales” y “Enviar formularios cumplimentados” que, aunque no representan todas las formas posibles de interactuar con la administración pública a través de Internet, sí suponen una muestra representativa de estos usos. También en este caso, las series temporales son segmentadas según las variables edad, nivel de estudios y situación laboral.

1. Obtener información de páginas web de la Administración

El uso de las páginas web de la Administración pública ha crecido, entre 2005 y 2010, en 7,6 puntos porcentuales. En concreto, en 2010 más de un cuarto de los internautas españoles utilizaron las páginas web de la Administración pública para obtener algún tipo de información. Pese a ello, se observa que este crecimiento ha sido de tendencia extremadamente menor respecto al del acceso a Internet.

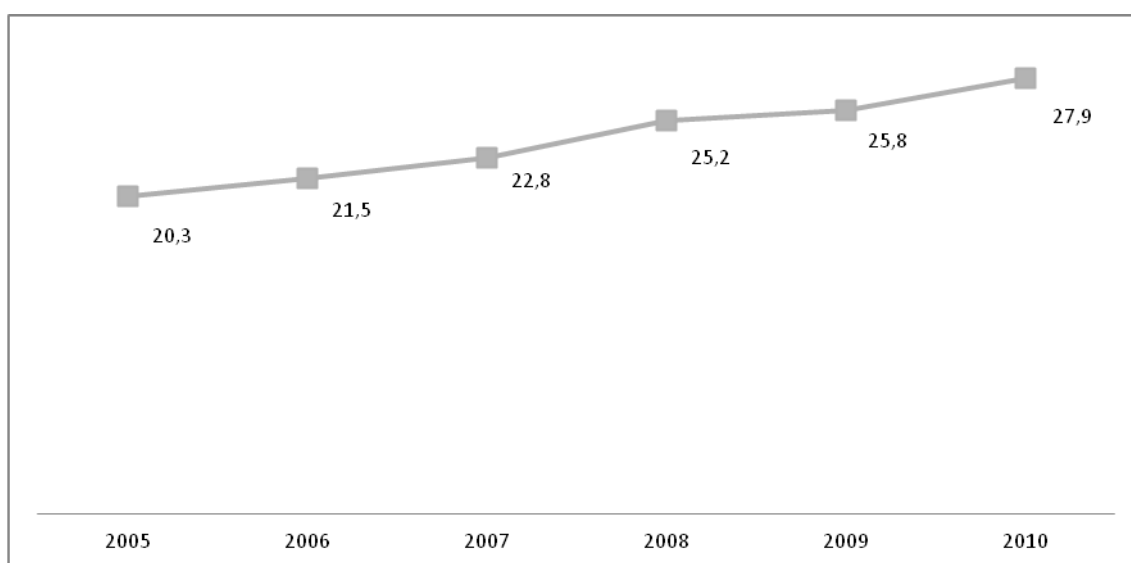


Gráfico 5: Porcentajes de difusión en España del uso de Internet “Obtener información de páginas web de la Administración” (2005-2010). Fuente: INE.

Procediendo a un desglose detallado de estos porcentajes según franjas de edad, se destaca en primer lugar cómo todas las diferencias, tanto entre categorías de la variable como entre los años, han resultado ser significativas, según los análisis ANOVA. Las únicas excepciones las constituyen los años 2006 y 2007 dentro de la categoría "De 55 a 64 años", que presentan el mismo porcentaje (9,3%), y los años 2005 y 2006 dentro de la categoría "De 65 a 74 años", que también tienen el mismo porcentaje de difusión (1,6%).

Tal y como se observa en el gráfico 6, el segmento poblacional con más presencia de este tipo de uso está compuesto por los españoles entre 25 y 34 años que, partiendo de una tasa de difusión del 36,2% en 2005, llegan a un porcentaje del 43,8% en el 2010.

Asimismo, los españoles con una edad comprendida entre los 16 y los 24 años, así como entre los 35 y los 44 presentan patrones de crecimiento similares con respecto a este uso de Internet. Estos dos segmentos tienen la segunda tasa más alta de difusión del uso de Internet para obtener información de páginas web de la Administración, llegando, en 2010, a porcentajes parecidos: el 38,4% y el 38,8%, respectivamente. En el caso de los más jóvenes, con un porcentaje inicial del 27,2%, se observa un crecimiento de 11,2 puntos porcentuales, mientras que los españoles entre 35 y 44 años crecen 9,9 puntos porcentuales durante los 5 años contemplados por la serie temporal.

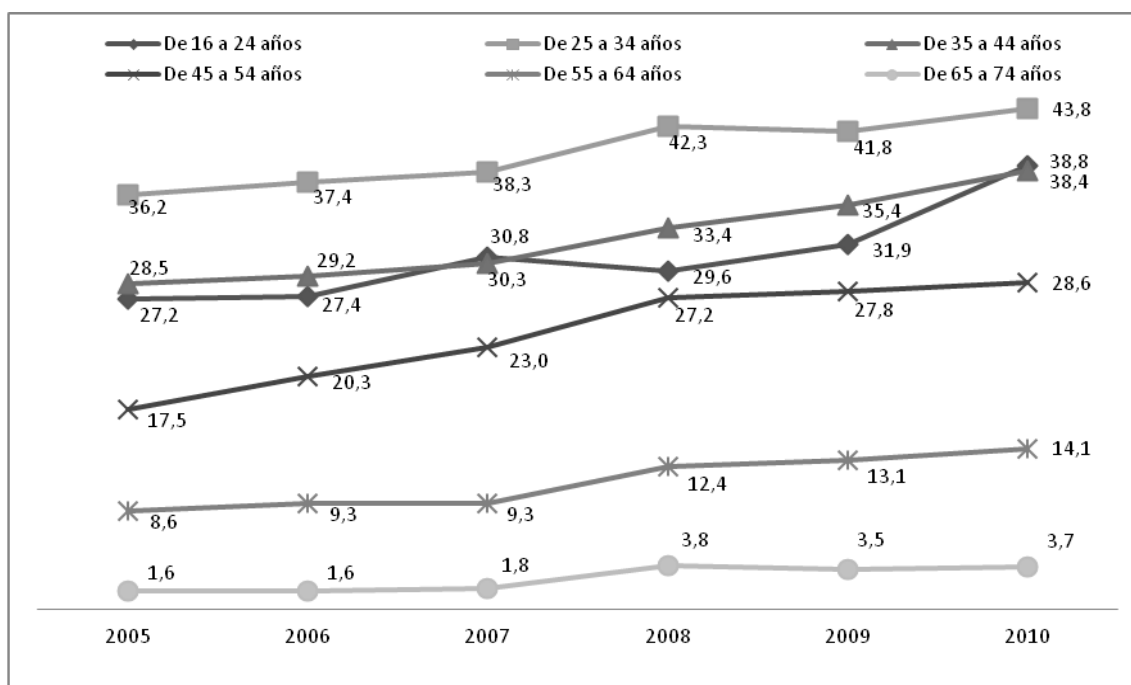


Gráfico 6: Porcentajes de penetración del uso de Internet para “Obtener información de páginas web de la Administración” por edad (2005-2010). Fuente: INE

Los españoles de edad comprendida entre 45 y 54 años se quedan a 10 puntos porcentuales de los dos tramos de edad recién descritos, llegando a un 28,6% de difusión en 2010. Su crecimiento ha sido del 11,1%.

Por otro lado, partiendo de una tasa de penetración del 8,6% en 2005, los españoles con una edad comprendida entre los 55 y los 64 años no superan el porcentaje del 14,1% en 2010. Finalmente, el segmento poblacional que, en base a la variable edad, manifiesta la menor tasa de penetración de este uso de Internet está constituida por los españoles con

una edad comprendida entre los 65 y los 74 años. En concreto, su tasa de difusión pasó desde el 1,6% en 2005 hasta el 3,7% en 2010.

El gráfico 7 permite observar la evolución de los porcentajes de difusión del uso de las páginas web de la Administración pública para obtener información según la situación laboral de los entrevistados. Los resultados de los análisis ANOVA destacan diferencias significativas de porcentajes entre todos los años de la serie y entre todas las categorías de la variable de control.

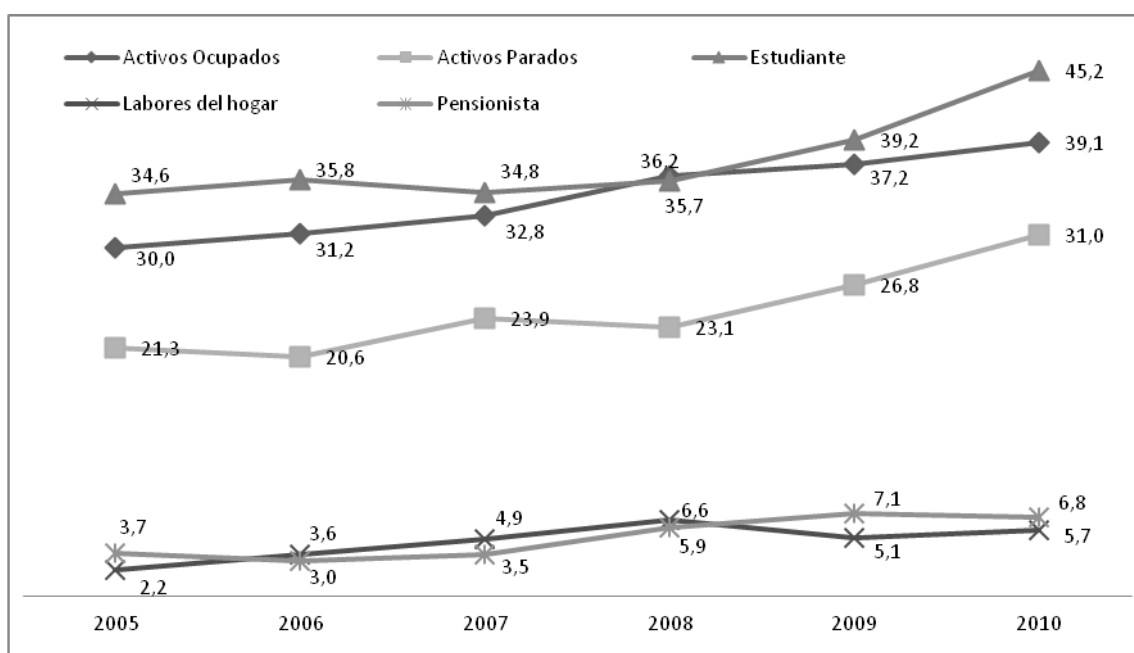


Gráfico 7: Porcentajes de penetración del uso de Internet para “Obtener información de páginas web de la Administración” por situación laboral (2005-2010). Fuente: INE

Este tipo de segmentación ofrece tres patrones de crecimiento. En primer lugar, aquel representado por los activos parados y por los estudiantes. Estos dos segmentos presentan tasas de difusión parecidas. Por un lado, los estudiantes tienen un porcentaje de difusión inicial del 34,6% y llegan al 45,2% en 2010. Por otro lado, los activos ocupados pasan del 30% al 39,1% de difusión durante ese quinquenio. La segunda pauta de crecimiento más alta entre las categorías de la variable “situación laboral” es la que caracteriza los activos no ocupados. Este colectivo, pese a tener porcentajes más bajos respecto a los segmentos anteriores, aumenta este uso en 10 puntos porcentuales en 5

años, pasando del 21,3% al 31% de difusión. Finalmente, pensionistas y personas que se ocupan de las labores del hogar, se sitúan muy por debajo de los demás segmentos llegando, respectivamente, a porcentajes del 5,7% y 6,8%, partiendo, en 2005, de porcentajes del 2,2% y del 3,8%, respectivamente.

El gráfico 8 proporciona indicaciones acerca de la penetración de este uso de Internet entre los españoles, utilizando como variable de agrupación el nivel de estudios.

Los análisis ANOVA nos indican que, para la categoría “Sin estudios”, los porcentajes de los años 2006, 2007, 2008 y 2010 son todos iguales a 0. Todas las demás diferencias de porcentajes han resultado ser significativas.

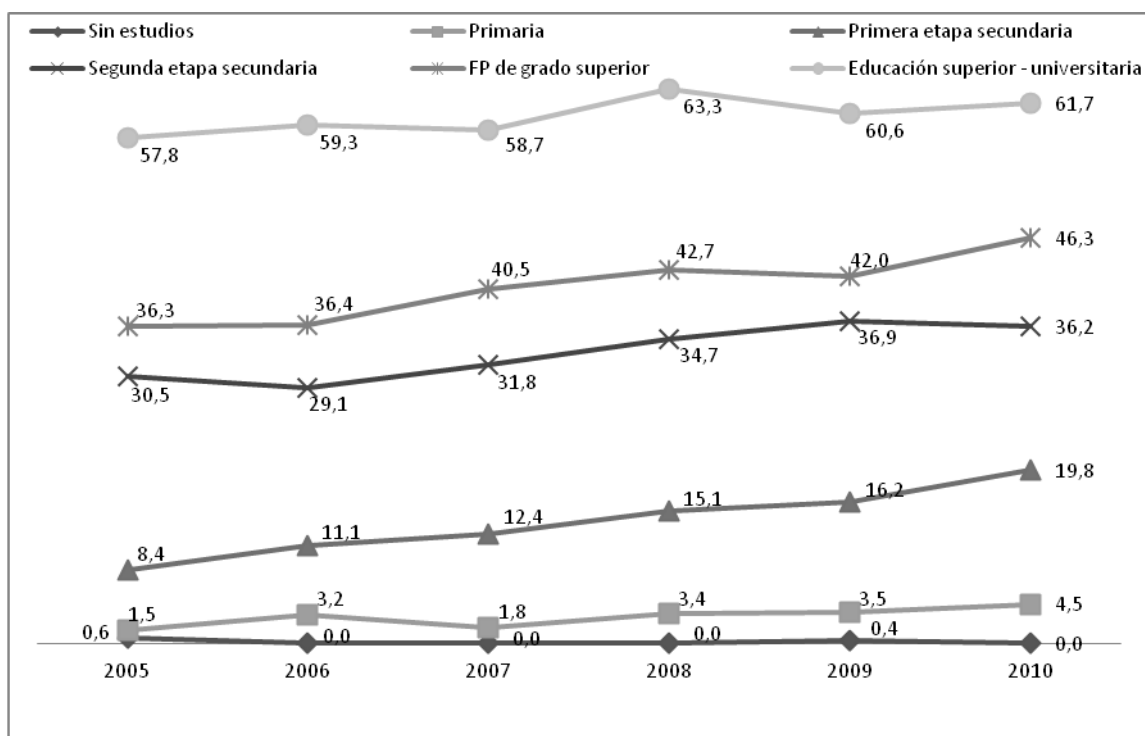


Gráfico 8: Porcentajes de penetración del uso de Internet para “Obtener información de páginas web de la Administración” por nivel de estudios (2005-2010). Fuente: INE

De nuevo en este caso se observa una estratificación de los porcentajes de difusión que varía en función de las diferentes categorías de la variable estudios. La pauta de crecimiento más alta es la de la categoría "primera etapa de secundaria", que pasa del 8,4% del 2005 al 19,8% de 2010. A continuación, la segunda pauta de crecimiento más alta es la de los españoles con título de FP de grado superior. Éstos manifiestan un

aumento de 10 puntos porcentuales entre 2005 y 2010. Los españoles sin estudios presentan, por otra parte, un crecimiento nulo durante estos cinco años y porcentajes que rozan el valor 0 durante todos los años.

Los porcentajes de difusión más altos son los que conciernen a la categoría "Estudios superiores", con un 61,7% en 2010. Las categorías "FP de grado superior" y "Segunda etapa de secundaria" presentan patrones de crecimiento parecidos, llegando a porcentajes cercanos en 2010: respectivamente del 46,3% y el 36,2% de difusión.

Por su parte, los españoles con un título de primaria tienen porcentajes de difusión muy bajos, llegando a un máximo del 4,5%. Aún así, manifiestan porcentajes mejores que los españoles sin estudios que, como se ha dicho antes, tienen una difusión de este uso de Internet igual al 0%.

2. Descargar formularios oficiales

En comparación con el precedente uso de la e-administración, en el caso de la descarga de formularios oficiales los porcentajes de difusión bajan considerablemente, como es posible observar en el gráfico 9. De hecho sólo el 16,2% de los españoles, en 2010, ha adoptado este uso de Internet.

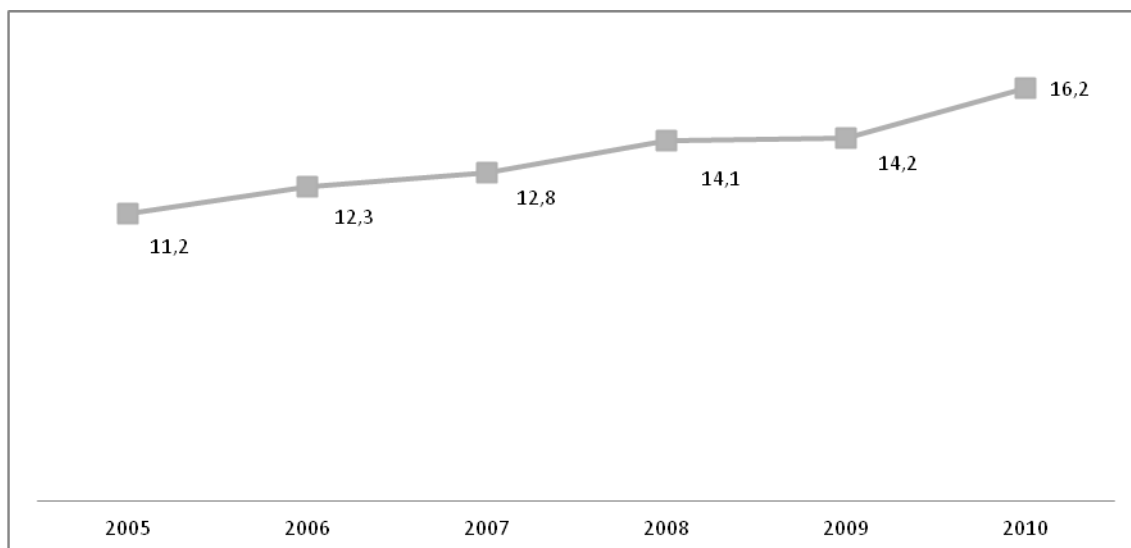


Gráfico 9: Porcentajes de difusión en España del uso de Internet “Descargar formularios oficiales” (2005-2010). Fuente: INE.

El gráfico 10 muestra los porcentajes de difusión del uso de Internet para la descarga de formularios oficiales en función de las diferentes categorías de la variable edad. Los análisis ANOVA destacan cómo todas las diferencias de porcentajes, tanto entre los años como entre las diferentes categorías, son significativas. No sucede así, sin embargo, con los porcentajes que hacen referencia a los años 2008 y 2010 en relación al tramo de edad que incluye a las personas entre "45 y 54 años" (14,8%). También se destacan tasas de difusión iguales entre los años 2005 y 2007 para la categoría "de 55 y 64 años" (4,9%). Finalmente, los porcentajes que caracterizan la categoría "de 65 a 74 años" entre los años 2005 y 2006 también son iguales (0,9%).

Los españoles entre 25 y 34 años presentan el porcentaje más alto de difusión de la conducta de descarga de formularios oficiales por Internet con respecto a las demás

categorías de la variable edad. De hecho, en 2010, el 26% de ellos ha utilizado Internet con este fin. Los españoles con edad comprendida entre los 35 y 44 años presentan porcentajes de difusión parecidos. Partiendo de una tasa de difusión del 16,7% en 2005, entre las personas pertenecientes a este segmento de población se registra, en 2010, un 23,4% de usuarios de este tipo actividades.

Las categorías "De 16 a 24 años" y "De 45 a 54 años" empiezan sus series, en 2005, con porcentajes similares: el 12,6% y el 9,5% respectivamente. Sin embargo, y pese a llegar a porcentajes casi iguales en 2008, los dos tramos de edad siguen patrones de difusión diferentes: los más jóvenes llegan en 2010 casi al mismo porcentaje de los españoles de edad comprendida entre 35 y 44 años (22,1%), mientras aquellos con una edad entre los 45 y los 54 años tan sólo alcanzan el 14,8% de difusión.

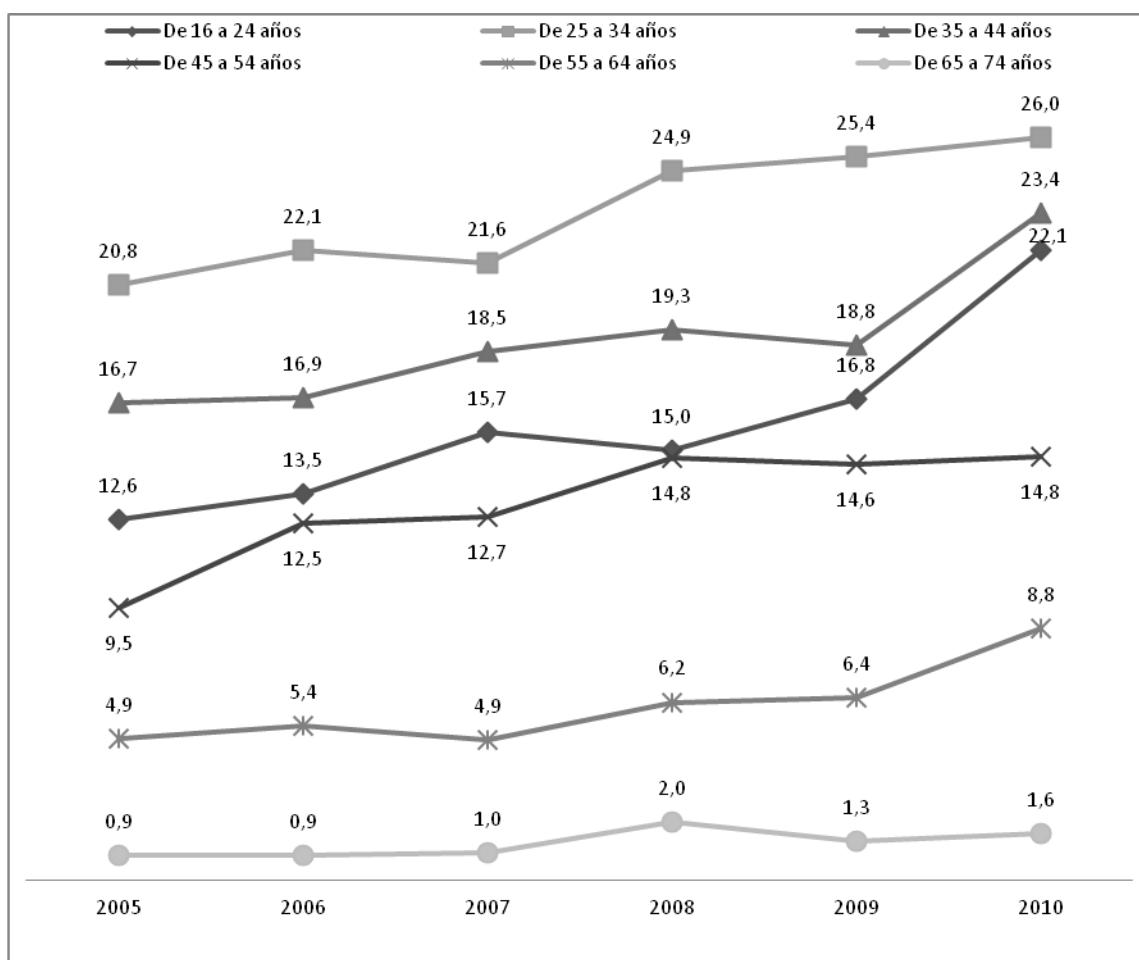


Gráfico 10: Porcentajes de penetración del uso de Internet para “Descargar formularios oficiales” por edad (2005-2010). Fuente: INE.

En 2010 la descarga de formularios oficiales alcanza una tasa de difusión del 8,8% entre los españoles de edad comprendida entre 55 y 64 años. Dicha tasa ha crecido, siempre en referencia al mismo tramo de edad, en 3,9 puntos porcentuales desde el año 2005. Finalmente, en cuanto a los españoles cuya edad está comprendida entre los 65 y los 74 años, su patrón de crecimiento es inferior respecto a los demás tramos de edad. En concreto, su tasa de difusión pasa del 0,9% al 1,6% en 5 años.

En el gráfico 11 se muestran los porcentajes de difusión de descarga de formularios online que caracterizan a los españoles en base a su situación laboral. Se sigue considerando, como tramo temporal de referencia, el que va desde el año 2005 hasta el año 2010.

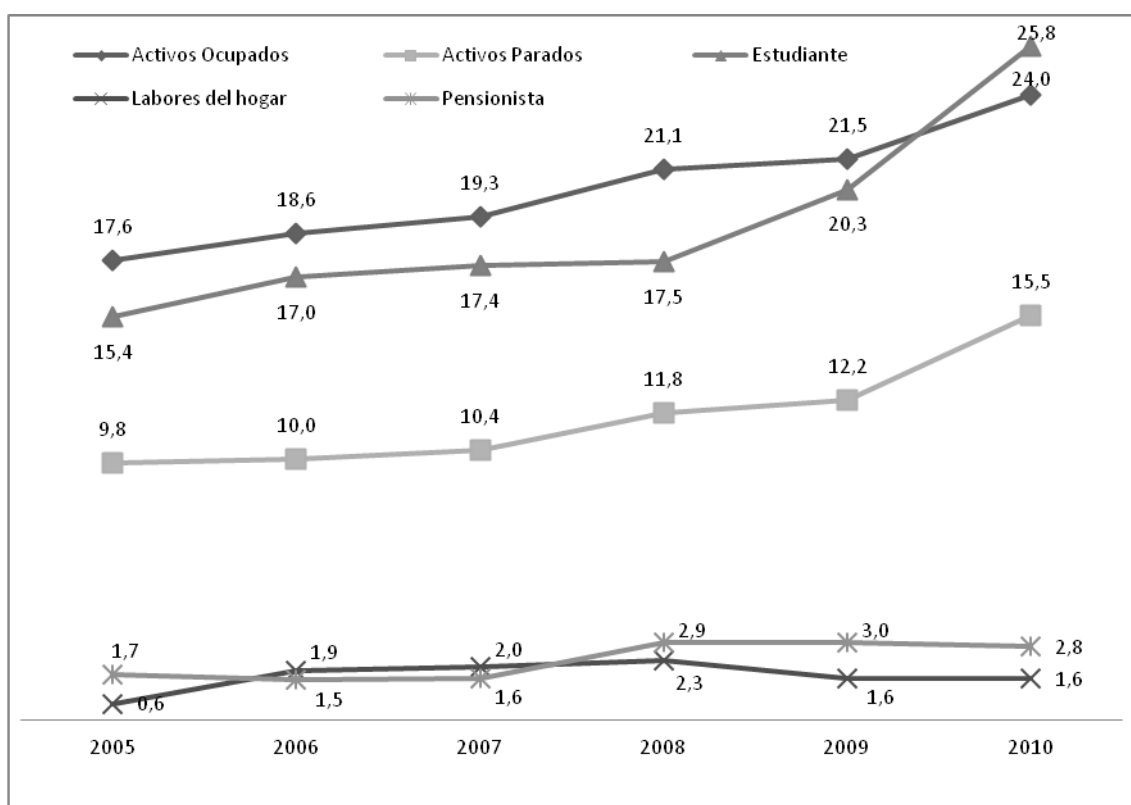


Gráfico 11: Porcentajes de penetración del uso de Internet para “Descargar formularios oficiales” por edad (2005-2010). Fuente: INE.

Excepto por los porcentajes que caracterizan a los pensionistas españoles en los años 2008 y 2009, (2,9% y 3%), y que no han resultado ser significativamente diferentes, las

demás diferencias entre porcentajes sí lo son según los análisis ANOVA implementados.

Atendiendo al gráfico, es posible destacar tres patrones de crecimiento. El primero está compuesto por los porcentajes de difusión que caracterizan a los españoles activos ocupados y a los estudiantes. Estos dos segmentos parten, en 2005, de tasas de difusión del 17,6% y 15,4% respectivamente, para llegar en 2010 a porcentajes del 24% y 25,8%. Como se observa, serían los estudiantes los que presentan una pauta de crecimiento absoluto mayor.

El segundo patrón de crecimiento se refiere al de los activos parados que, en 2010, muestran un porcentaje de penetración de este uso de Internet del 15,5%. Dicho porcentaje ha crecido, desde 2005, en 5,7% puntos porcentuales.

Finalmente, el tercer patrón de crecimiento es aquel que caracteriza a los segmentos poblacionales representados por los españoles pensionistas y por los que se ocupan de las labores del hogar. Ambos grupos mantienen porcentajes absolutos y tasas de crecimiento parecidos. Los primeros pasan de un 1,7% de 2005 a un 2,8% de 2010, mientras que los segundos pasan de un 0,6% a un 1,6% en el mismo tramo temporal.

El gráfico 12 proporciona indicaciones acerca de la penetración del e-shopping entre los internautas utilizando como variable de agrupación el nivel de estudios.

Según los análisis ANOVA implementados, todas las comparaciones entre pares de porcentajes han manifestado diferencias significativas tanto si se considera el contraste entre las categorías de la variable situación laboral, como entre los años.

Una vez más, en este caso se pueden observar tres patrones de crecimiento de los porcentajes de difusión de este uso de Internet vinculado a la e-administración.

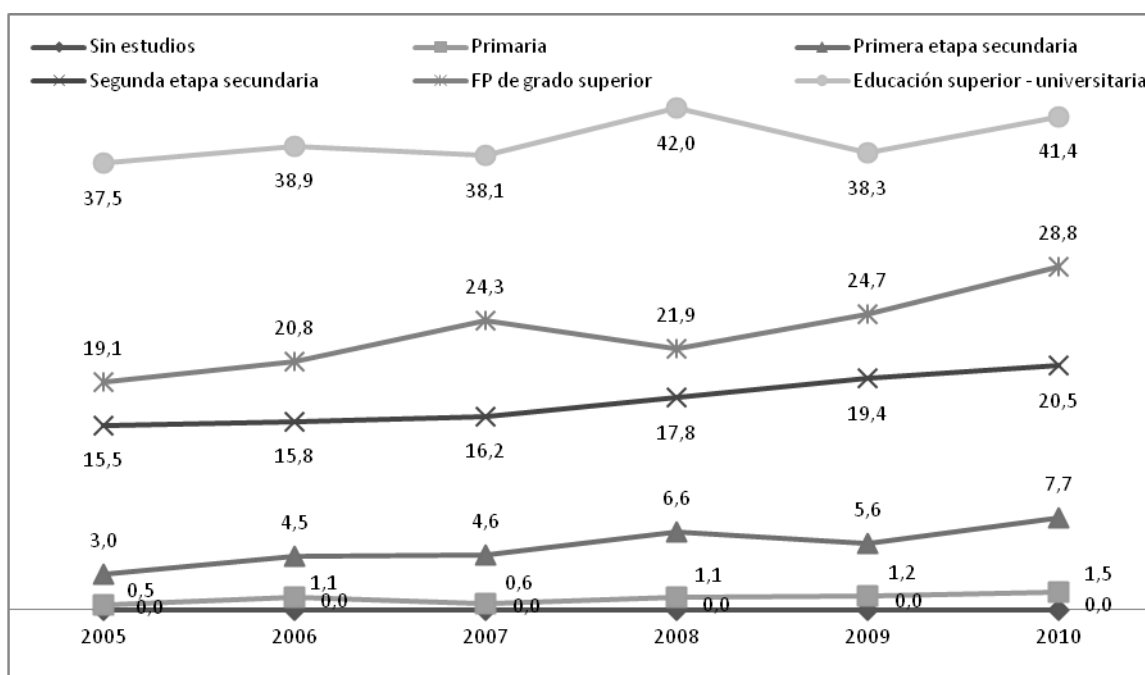


Gráfico 12: Porcentajes de penetración del uso de Internet para “Descargar formularios oficiales” por edad (2005-2010). Fuente: INE.

En primer lugar, el patrón que presenta porcentajes de difusión más bajos es el que caracteriza a los españoles con título de estudios de primaria, de primera etapa de secundaria y aquellos sin estudios. En este grupo, el porcentaje más alto es lo de los españoles que han estudiado hasta la primera etapa de secundaria que, en 2010, han llegado a una difusión del 7,7%, partiendo de una difusión del 3% en el año 2005. Por su parte, los españoles sin estudios o con el título de educación primaria tienen, respectivamente, porcentajes de difusión nulos o del 1,5%.

En segundo lugar, el patrón de crecimiento caracterizado por las tasas de difusión más altas es propio de los españoles con estudios superiores. En particular, la descarga de formularios oficiales está difundida entre el 41,4% de éstos. Sin embargo, su nivel de crecimiento absoluto es relativamente bajo: 3,9 puntos porcentuales.

En tercer lugar, los españoles con FP de grado superior y con segunda etapa de escuela secundaria representan el patrón intermedio de crecimiento. Parten en 2005 de porcentajes de difusión del 19,1% y del 15,5%, respectivamente, y llegan en 2010 a porcentajes relativamente parecidos: el 28,8% y el 20,5%.

3. Enviar formularios cumplimentados

Entre los tres usos de Internet vinculados a la e-administración considerados en el presente trabajo, el envío de formularios cumplimentados es el que menor difusión tiene entre la población española. De hecho, este uso ha sido una conducta adoptada, en 2010, por el 10,6% de los españoles. Este porcentaje es el resultado de un aumento de 5,2 puntos porcentuales respecto al año 2005. No obstante, los análisis ANOVA han destacado la significatividad de todas las diferencias de porcentajes entre los años.

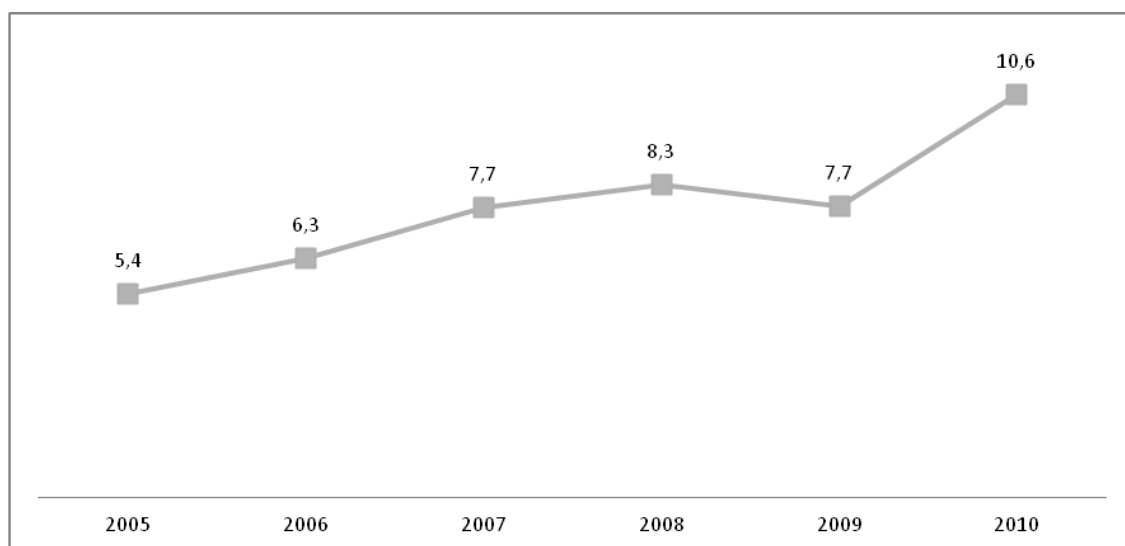


Gráfico 13: Porcentajes de difusión en España del uso de Internet "Enviar formularios cumplimentados" (2005-2010). Fuente: INE.

El gráfico 14, muestra la evolución de la difusión de este uso de Internet entre los españoles según las diferentes franjas de edad. Las comparaciones por pares realizadas por el análisis ANOVA entre las diferentes categorías de esta variable y entre cada uno de los seis años de la serie, destacan la significatividad de cada una de las diferencias de porcentajes. Suponen una excepción los porcentajes de la categoría "de 65 a 74 años" en los años 2006 y 2007, que no presentan diferencias significativas y que son ambos del 0,8%.

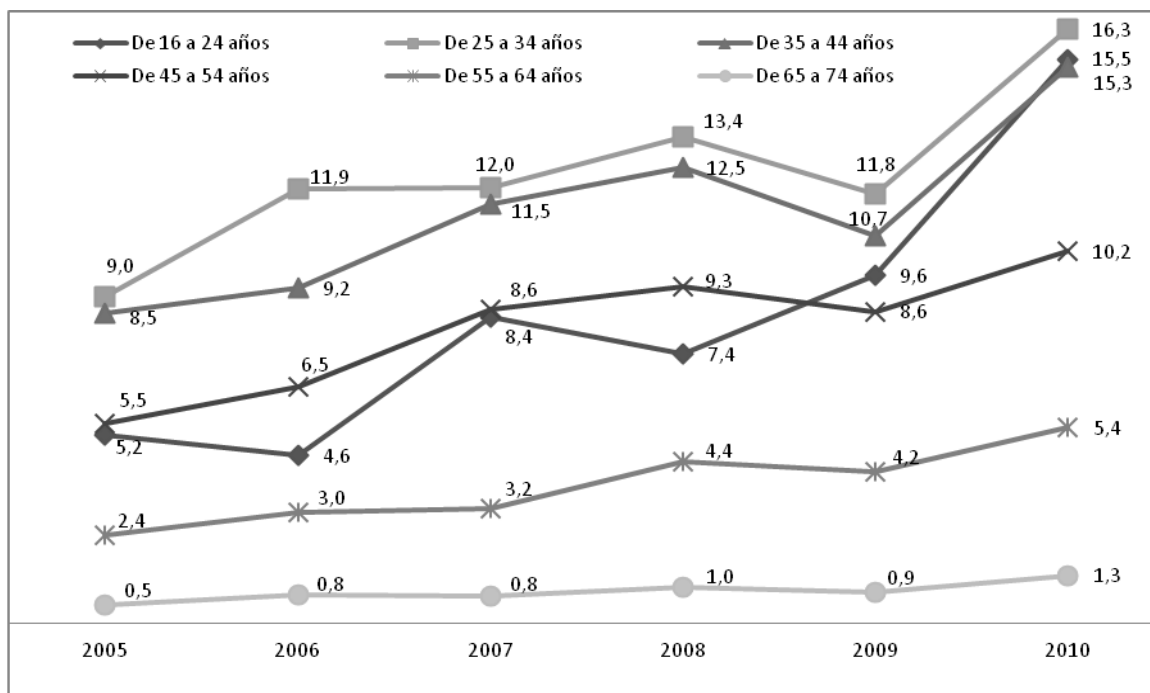


Gráfico 14: Porcentajes de difusión en España del uso de Internet “Enviar formularios cumplimentados” por edad (2005-2010). Fuente: INE.

Si se considera el último año de la serie, el 2010, es posible ver cómo hay tres segmentos de población que, con porcentajes de difusión comprendidos entre el 15,3% y el 16,3%, representan el nivel de difusión más alto en términos de edad. Tales segmentos están compuestos por los españoles cuya edad está comprendida entre los 25 y los 34 años, entre los 35 y los 44 años y aquellos con edad entre los 16 y los 24 años. Los más jóvenes muestran en 2005 un porcentaje más bajo respecto a los demás (5,2%), hasta el punto de que su evolución ha sido, hasta el año 2009, muy parecido a la de los españoles de edad comprendida entre 45 y 54 años, los cuales no han alcanzado porcentajes de difusión superiores al 10,2% en 2010. En el caso de los españoles con edad comprendida entre 55 y 64 años, esta población presenta porcentajes aún más bajos al incrementarse su difusión desde el 2,4% en el año 2005 hasta un 5,4% en 2010. Por último, los españoles con edades comprendidas entre los 65 y los 74 años apenas superan el 1% de difusión en 2010, con un punto de partida del 0,5% en 2005.

El gráfico 15 presenta la evolución de los porcentajes de adopción de conductas de envío de formularios online por parte de la población española segmentada por la variable “situación laboral”.

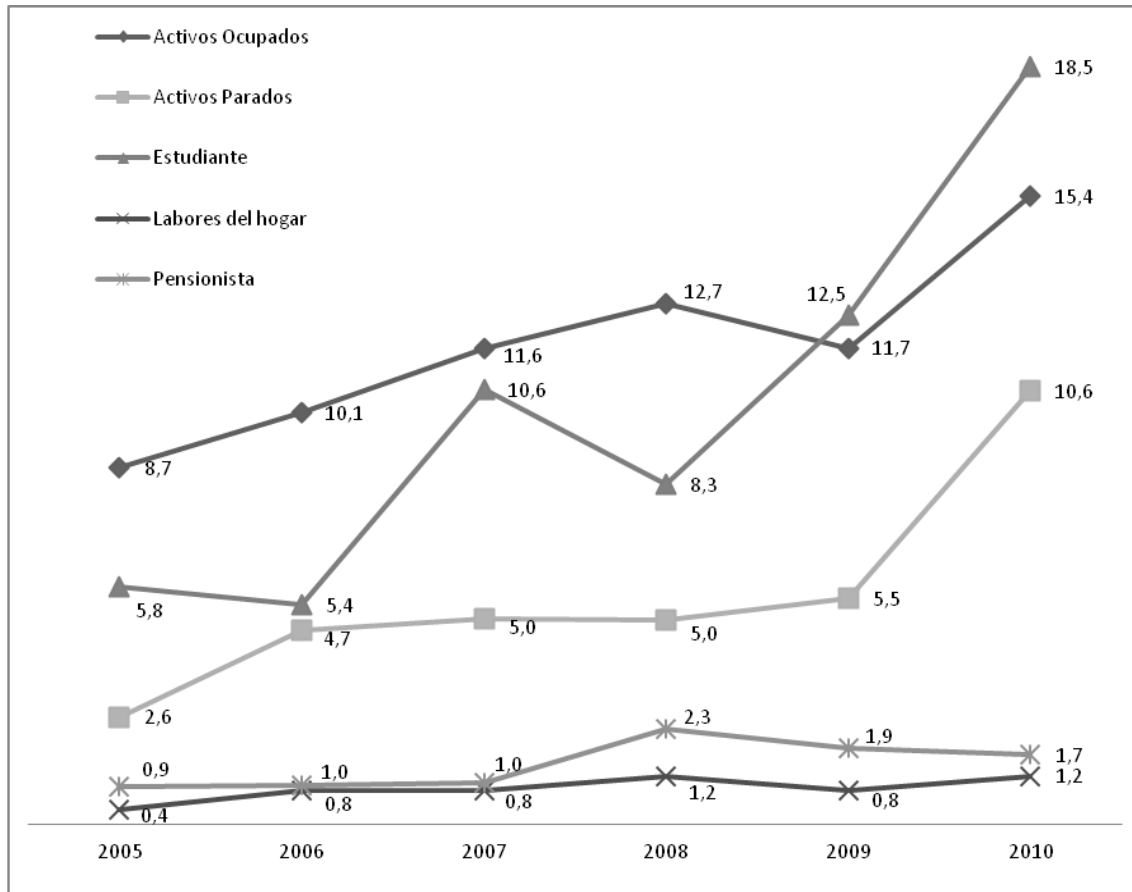


Gráfico 15: Porcentajes de difusión en España del uso de Internet “Enviar formularios cumplimentados” por situación laboral (2005-2010). Fuente: INE.

Los resultados de los análisis ANOVA destacan la presencia de tres pares de porcentajes que no resultan ser significativamente diferentes entre sí. El primero concierne a la categoría de "Activos ocupados", que en los años 2007 y 2009 presenta porcentajes de difusión del 11,6% y del 11,7% respectivamente. El segundo está compuesto por los porcentajes de los años 2007 y 2008 de la categoría de "Activos parados" (0,8%). Finalmente, el ANOVA destaca la no significatividad de las diferencias de porcentajes entre los años 2006, 2007 y 2009 de la categoría formada por las personas ocupadas en las "Labores del hogar".

El crecimiento absoluto más alto es el que caracteriza al segmento de los estudiantes, ya que pasa de un 5,8% de difusión en 2005 a un 18,5% en 2010. Los activos ocupados llegan a porcentajes parecidos (15,4%), partiendo sin embargo de un porcentaje superior: el 8,7% en 2010. Por debajo se encuentran los porcentajes de difusión del envío de formularios cumplimentados por parte de los activos no ocupados, que llegan al 10,6% de difusión en 2010, con un crecimiento de ocho puntos porcentuales en cinco años. Por último, los segmentos con las tasas de penetración de este uso de Internet más bajas están formados por los jubilados y por los españoles que se ocupan de las tareas del hogar con el 1,7% y el 1,2%, respectivamente.

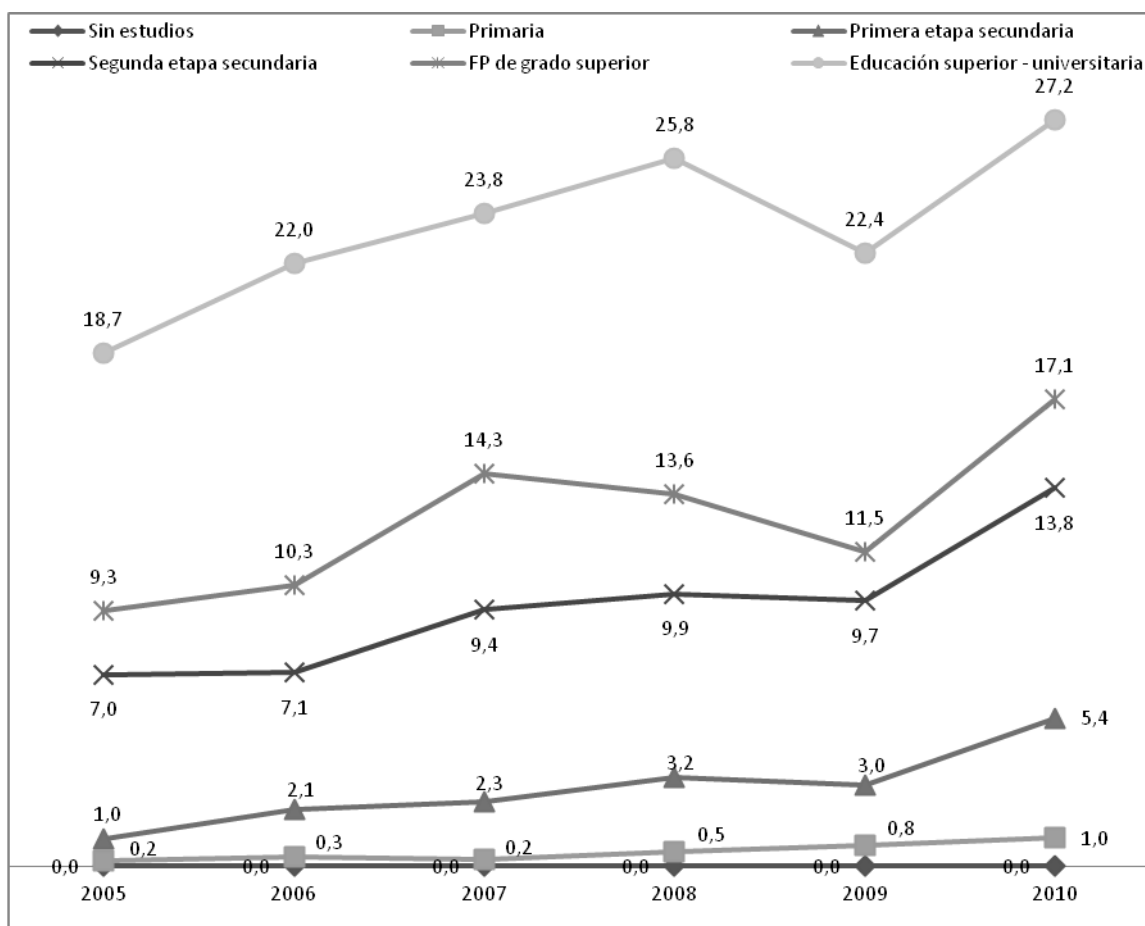


Gráfico 16: Porcentajes de difusión en España del uso de Internet “Enviar formularios cumplimentados” por nivel de estudios (2005-2010). Fuente: INE.

Finalmente, el gráfico 16 proporciona los porcentajes de difusión de este uso en función del año de la serie y de las diferentes categorías que componen la variable “nivel de estudios”.

La categoría "sin estudio" presenta falta de significatividad en las diferencias de porcentajes entre todos los años, según los análisis ANOVA. Esto es debido a que todos los años presenten porcentajes de difusión, en esta categoría, iguales a 0%. Todas las demás diferencias de porcentajes han resultado ser significativas.

A raíz de la segmentación de la serie en función de las diferentes categorías de la variable "Nivel de estudios", emergen tres pautas diferentes de crecimiento en la difusión de este uso en España. La primera es aquella que caracteriza a los españoles con estudios superiores. Este segmento es aquel que, respecto a los demás, presenta los porcentajes de difusión más altos en cada año. Entre este segmento de españoles, en el año 2010, la difusión del envío de formularios cumplimentados online ha alcanzado el 27,2%. Además, se trata del grupo que presenta la tasa de crecimiento más alta, con un aumento de 8,5 puntos porcentuales en 5 años.

La segunda pauta de crecimiento es aquella compuesta por los porcentajes de difusión que manifiestan las categorías "FP de grado superior" y "Segunda etapa de secundaria". Éstas presentan tasas de penetración de este uso de Internet del 17,1% y del 13,8% respectivamente. Ambas categorías empiezan sus series en 2005 partiendo, respectivamente, de un 9,3% y un 7% de difusión.

Finalmente, el tercer patrón de crecimiento lo forman aquellos segmentos cuyos porcentajes de difusión son inferiores al 10% y caracteriza a los segmentos de población sin estudios, con título de primaria o correspondiente a la primera etapa de la escuela secundaria. Los primeros, como se ha dicho anteriormente, mantienen porcentajes iguales a 0 durante toda la serie. Los españoles con estudios de primaria, en segundo lugar, llegan a un 1% de difusión partiendo del 0,2% en 2005. Por último, entre los españoles con primera etapa de secundaria, la evolución del uso de Internet para el

envío de formularios cumplimentados ha alcanzado el porcentaje del 5,4% en 2010, con una evolución de 4,4 puntos porcentuales respecto a 2005.

Resultados III: Consumo de información política online

El gráfico 17 muestra el patrón evolutivo de la difusión en España del uso de Internet para la obtención de información política. Cabe volver a recordar que, para este uso político concreto de Internet, no se están utilizando porcentajes, sino los promedios en cada año de un índice de intensidad de uso. En concreto, las puntuaciones de este índice varían entre un mínimo de 0 y un máximo de 100.

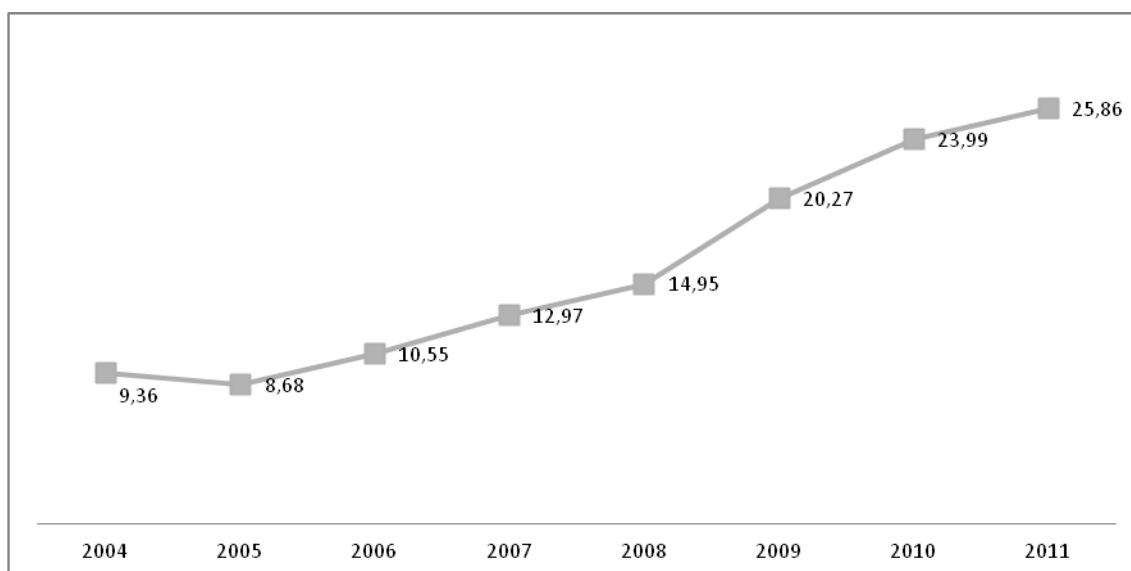


Gráfico 17: Porcentajes de difusión del uso de Internet para obtener información política (2004-2011). Fuente: CIS.

Observando el gráfico es posible ver que, entre los años 2004 y 2011, España ha conocido un aumento de 16,5 puntos respecto a este índice de intensidad. Pese a ello, la intensidad del consumo de información política online entre los internautas españoles no alcanza, en términos absolutos, niveles elevados, quedándose apenas en 25,86 sobre 100 en el año 2011.

El análisis ANOVA implementado ha destacado la semejanza entre el promedio del índice de algunos años de la serie. Cabe precisar que, respecto a los datos del INE, los

tamaños muestrales de los estudios del CIS son mucho más reducidos, lo cual reduce la precisión del contraste de medias⁷. Tal y como se puede apreciar en la tabla 8, los índices de Tukey destacan la presencia de cuatro grupos homogéneos respecto a la media anual del índice de uso de Internet para obtener información política.

Año	Subconjuntos Homogéneos			
	1	2	3	4
2005	8,68			
2004	9,36			
2006	10,55			
2007		12,97		
2008		14,95		
2009			20,27	
2010				23,99
2011				25,86

Tabla 8: Subconjuntos homogéneos (ANOVA) de puntuaciones medias del índice "Uso de Internet para obtener Información Política".

La evolución de este uso político de Internet se desarrolla por saltos. Es decir, la frecuencia de uso va aumentando no cada año, sino por "bloques" de años que presentan puntuaciones medias parecidas entre sí. Así pues, de 2004 a 2006 se observan promedios del índice de intensidad de uso asimilables y que van desde el 8,68 hasta el 10,55. Los años 2007 y 2008 representan el segundo salto, con promedios del 12,97 y del 14,95, y el 2009 el tercero (20,27). Finalmente, los años 2010 y 2011 componen el último nivel de evolución en la difusión de la intensidad de este uso, con promedios del 23,99 y 25,86 respectivamente.

En el gráfico 18 se presenta la segmentación de la evolución del índice de intensidad de consumo de información política online en España según la variable edad. Los españoles con edades comprendidas entre los 18 y los 24 años y entre los 25 y los 34 años, así como aquellos entre los 35 y los 44 años de edad, presentan patrones de crecimiento parecidos. Los análisis ANOVA permiten considerar similares las

⁷ De hecho, los análisis han destacado falta de significatividad en muchas diferencias de medias. Por razones de espacio, no se describirán todas, sino que sólo las que son necesarias para la descripción de las series temporales.

puntuaciones de estas categorías en los años que van desde 2004 hasta 2007 y en el último año de la serie donde llegan, respectivamente, a puntuaciones del 32,9, del 39,2 y del 35,7. Los tres grupos mantienen crecimientos absolutos superiores a los 20 puntos, cuya significatividad está respaldada por los análisis ANOVA.

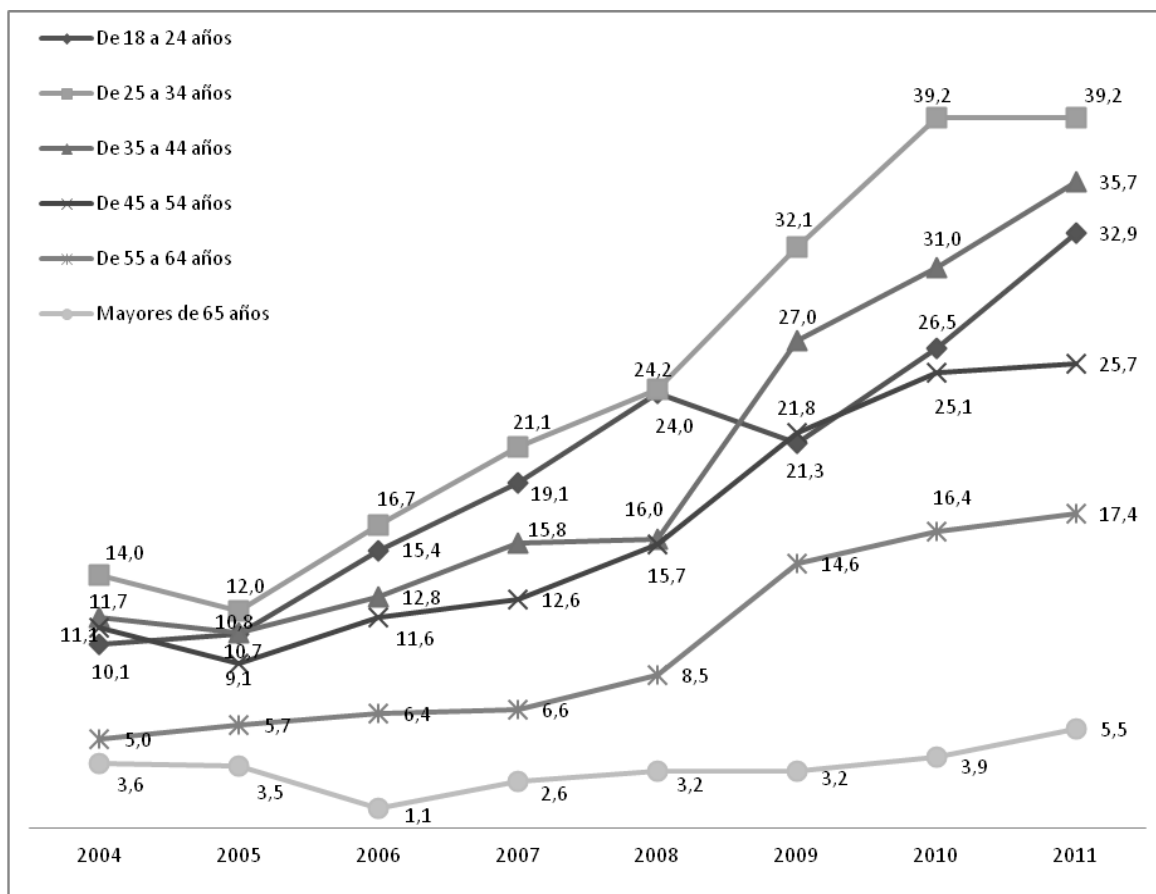


Gráfico 18: Porcentajes de difusión del uso de Internet para obtener información política por edad (2004-2011). Fuente: CIS.

La categoría "De 45 a 54 años" presenta, en los años que van de 2004 a 2010, algunos promedios parecidos a los que caracterizan la categoría "De 18 a 24 años". Sin embargo, según los análisis ANOVA, en 2011 se diferencia definitivamente de ésta, quedándose en un valor medio del índice más bajo: 25,7 frente el 32,9 de la última.

Asimismo, las categorías "de 55 a 64 años" y "mayores de 65 años" mantienen, según los análisis ANOVA, puntuaciones medias parecidas en los años 2004 y 2005. Sin embargo, la evolución de la primera es mucho más marcada, llegando a la puntuación

de 17,4 en 2011. No ocurre lo mismo para los mayores de 65 años que, en el mismo año, presentan una puntuación media de 5,5.

En el gráfico 19 se presenta la evolución en la intensidad de consumo de información política online según el estatus socioeconómico de los entrevistados. Una vez más, se recuerda que esta variable sólo la utiliza el CIS, mientras que el INE usa, para operacionalizar el mismo concepto, la variable "situación laboral".

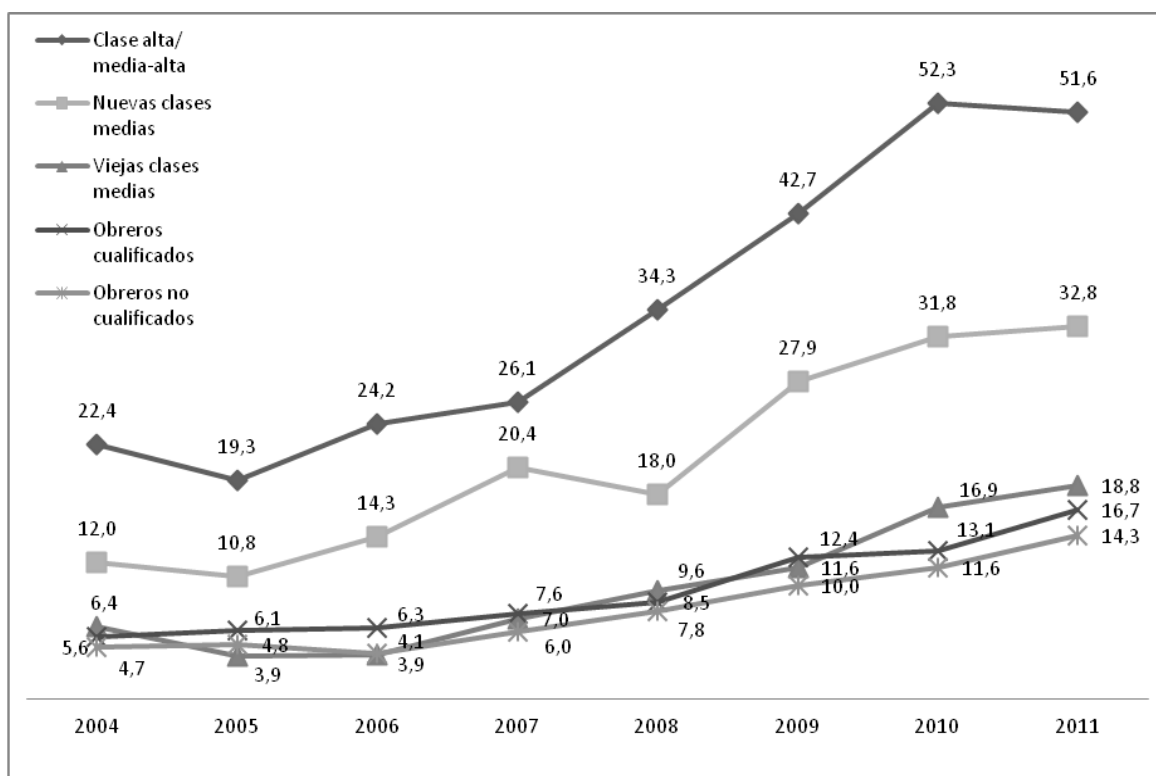


Gráfico 19: Porcentajes de difusión del uso de Internet para obtener información política por estatus socioeconómico (2004-2011). Fuente: CIS.

Los análisis ANOVA destacan la presencia de tres patrones distintos de crecimiento en la evolución del valor medio del índice en los distintos años de la serie. El primero está compuesto por los españoles de clase social alta, que tienen el promedio del índice más alto en todos los años de la serie. Pasan de un 22,4 en 2004 a un 51,6 en 2011.

Otro patrón de crecimiento es aquel que caracteriza los españoles que pertenecen a la nueva clase media. Éste se sitúa, en términos de magnitud de las puntuaciones medias

del índice, justo por debajo de las clases altas y pasa de una puntuación media de 12 en 2004 a una de 32,8 en 2011.

Finalmente, el tercer patrón de crecimiento está representado por la evolución de las puntuaciones de las categorías "Viejas clases medias", "Obreros cualificados" y "Obreros no cualificados". Los análisis ANOVA destacan su similitud en las puntuaciones medias entre todos los años de la serie: en 2004 varían entre los 4,7 y los 6,4 puntos, mientras que en 2011 el rango de variación de las tres puntuaciones está comprendido entre 14,3 y 18,8.

El gráfico 20 muestra la evolución en el uso de Internet para obtener información política online en España segmentada por nivel de estudios.

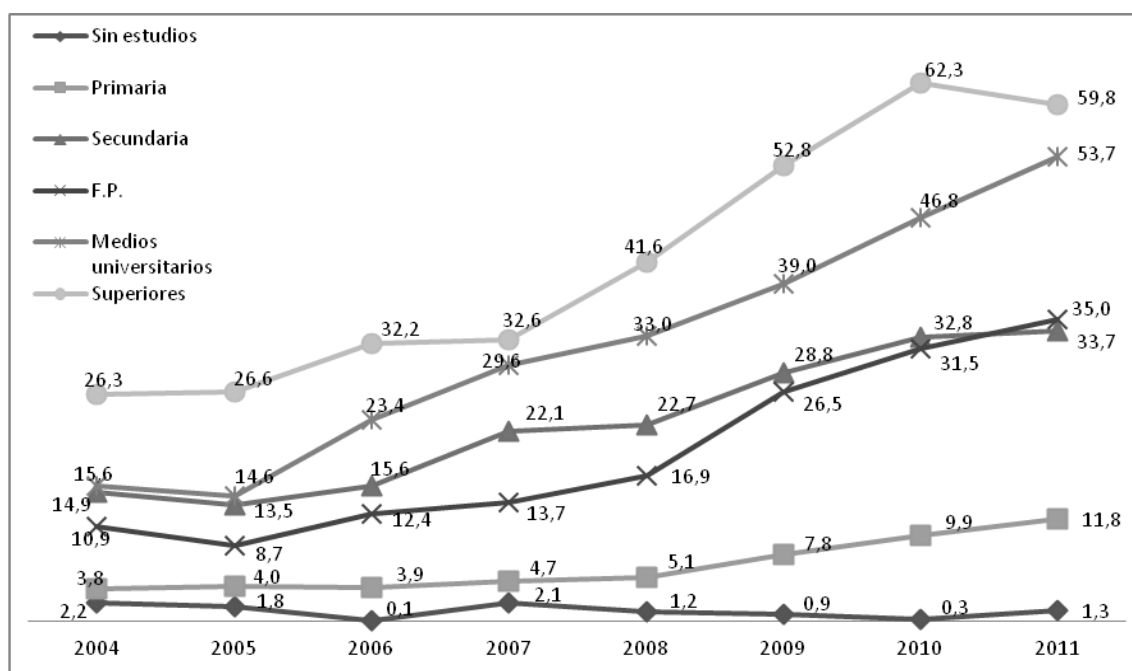


Gráfico 20: Porcentajes de difusión del uso de Internet para obtener información política por edad (2004-2011). Fuente: CIS.

Los españoles con estudios superiores son los que obtienen puntuaciones medias más altas en cada uno de los años. Crecen más de 30 puntos en 8 años, pasando de 26,3 a 59,8. Los resultados de los análisis ANOVA indican que, en cada uno de los años de la serie que caracteriza a este segmento, las puntuaciones medias del índice son

significativamente diferentes de las de los estratos que se generan en base a la variable "nivel de estudios". No obstante, el año 2011 supone una excepción, dado que la puntuación media de la categoría "estudios superiores" (59,8) es parecida a la de la categoría "medios universitarios" (53,7). Esta última categoría, siempre según los análisis ANOVA, empieza la serie en 2004 con puntuaciones asimilables a las de las categorías "F.P." y "Secundaria". Sin embargo, a comienzos del año 2006 sus puntuaciones empiezan a diferenciarse de aquellas de los dos últimos estratos para alcanzar las puntuaciones de la categoría "superiores".

Por otro lado, los españoles con un nivel de estudios de formación profesional o secundaria tienen patrones de crecimiento parecidos. Los primeros empiezan en 2004 con una puntuación media de 10,9 hasta llegar a 35 en 2011, mientras que los segundos muestran un promedio de 14,9 en 2004 y terminan con un promedio de 33,7 en 2011. En cada uno de estos años, los ANOVA han destacado la no significatividad de las diferencias entre los promedios de estas dos categorías.

Con respecto a los españoles con título de estudios de primaria y aquellos sin estudios, los análisis ANOVA sólo destacan la significatividad de la diferencia entre sus medias en los años 2010 y 2011. Por el contrario, durante los demás años de la serie los promedios de estas categorías son asimilables. Los primeros empiezan la serie, en 2004, con una puntuación media de 3,8 mientras que los segundos con una de 2,2. Mientras que los dos segmentos de población terminan la serie en 2011 con puntuaciones medias de 11,8 y 1,3 respectivamente.

Resultados IV: La participación política digital

La última tipología de usos políticos de Internet se refiere a los actos de participación política digital. Como se ha mencionado en los párrafos anteriores, no ha sido posible construir una serie temporal para esta tipología de usos políticos de Internet por falta de datos. Sin embargo, mediante los datos del estudio 2736 se han podido describir los porcentajes de penetración en relación al año 2007. En primer lugar, se presentarán las tasas de difusión absolutas por cada uno de los seis indicadores presentes en el estudio 2736. Mientras que en un segundo momento, se desagregarán dichos porcentajes según las edad, el estatus socioeconómico y el nivel de estudios de los entrevistados. Con este objetivo, estas variables sociodemográficas se han operacionalizado según los criterios adoptados por el CIS.

En el gráfico 21 se presentan los porcentajes de difusión de cada uno de los 6 actos de participación política digital descritos.

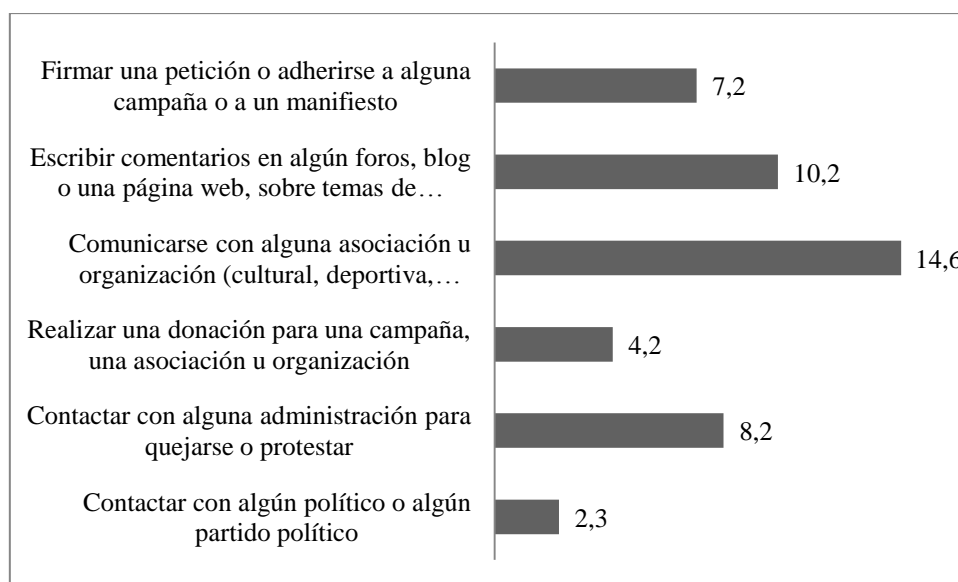


Gráfico 21: Porcentaje de difusión de las 6 actividades de participación política digital en 2007. Fuente: CIS.

Este gráfico permite destacar cómo las formas participativas digitales más difundidas entre la población española, en el año 2007, eran el comunicarse con alguna asociación (14,6%) y el escribir comentarios sobre blogs o foros de contenido social o político

(10,2%). En el extremo opuesto, las formas de participación menos difundidas eran la donación de dinero para campañas (4,2%) o el ponerse en contacto con algún político o partido político (2,3%).

Los gráficos 22, 23 y 24 incluyen los cruces del indicador "contactar con algún político/partido por Internet" con las variables Edad, Nivel de Estudios y Estatus Socio-Económico.

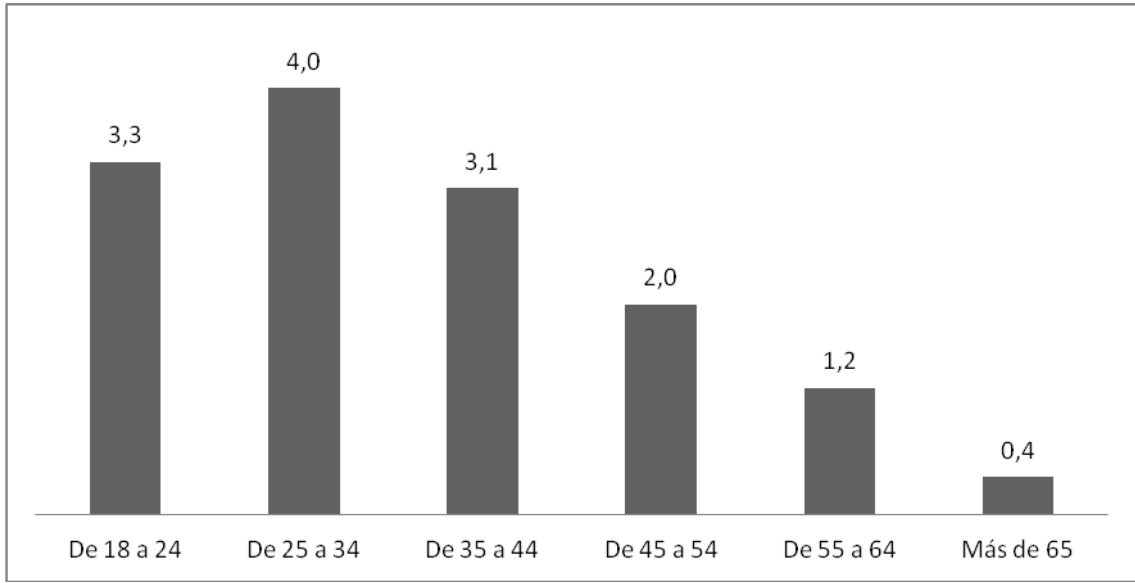


Gráfico 22: Cruce de la variable "Contactar con algún político/partido por Internet" con la variable "Edad".
Fuente: CIS, estudio 2736.

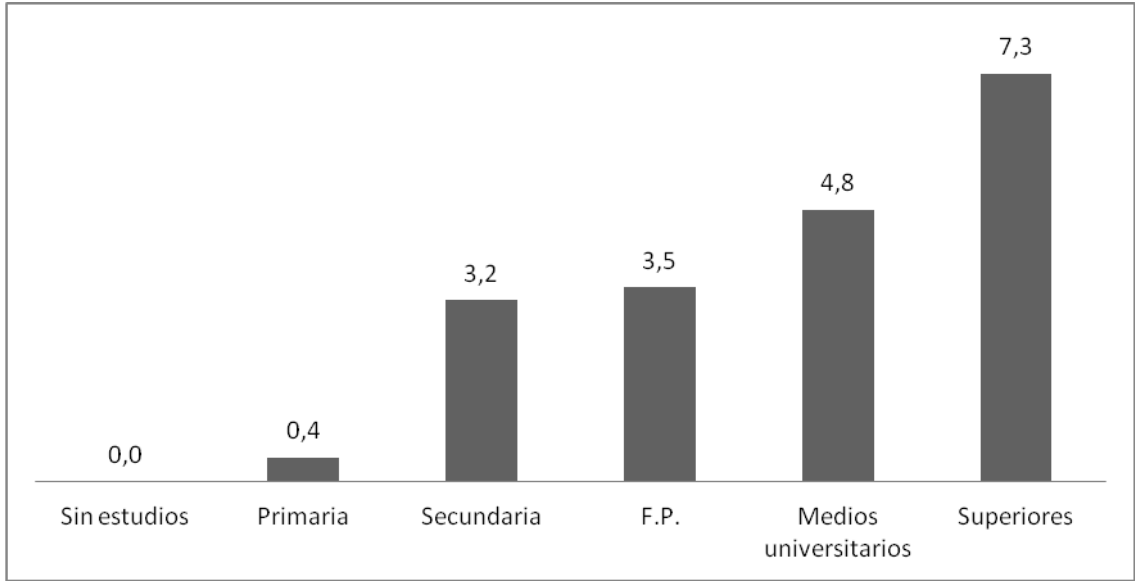


Gráfico 23: Cruce de la variable "Contactar con algún político/partido por Internet" con la variable "Estudios". Fuente: CIS, estudio 2736.

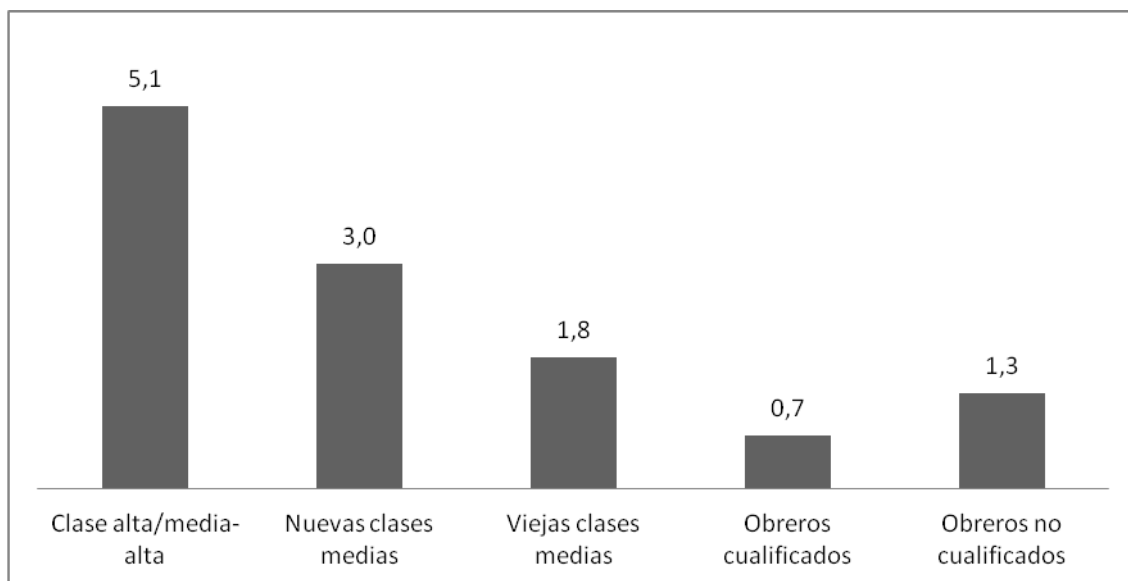


Gráfico 24: Cruce de la variable "Contactar con algún político/partido por Internet" con la variable "Estatus". Fuente: CIS, estudio 2736.

Con respecto a la variable edad, parece ser que la difusión mayor de este uso de Internet se encuentra entre los jóvenes de edad comprendida entre 25 y 34 años (4%). Porcentajes parecidos de difusión se dan, según los análisis ANOVA, entre los jóvenes de 18 a 24 años y entre los españoles de 35 a 44 años (3,3% y 3,1%, respectivamente). Se observa cómo a medida que la edad aumenta disminuyen los porcentajes de difusión de este uso, hasta llegar a un 0,4% entre los españoles mayores de 65 años.

Por otro lado, siempre según los análisis, la variable estatus genera porcentajes de difusión mayores entre los españoles de "clase alta" y de las "nuevas clases medias" (5,1% y 3% respectivamente), mientras que en las categorías "viejas clases medias", "obreros cualificados" y "obreros no cualificados" se registran porcentajes inferiores (1,8%, 0,7% y 1,3% respectivamente).

Finalmente, considerando la variable nivel de estudios, los análisis ANOVA destacan porcentajes mayores de intentos de contacto con representantes políticos a través de Internet entre las categorías de estudios "superiores" y "medios universitarios" (4,8% y 7,3%). Los españoles sin estudios o con título de primaria, por el otro lado, alcanzan porcentajes de difusión tendentes a 0.

A continuación, se presentan los porcentajes de difusión que caracterizan el indicador “Contactar con alguna administración para quejarse o protestar” (P28_02). También en este caso, se ha operado a una segmentación según las tres variables sociodemográficas.

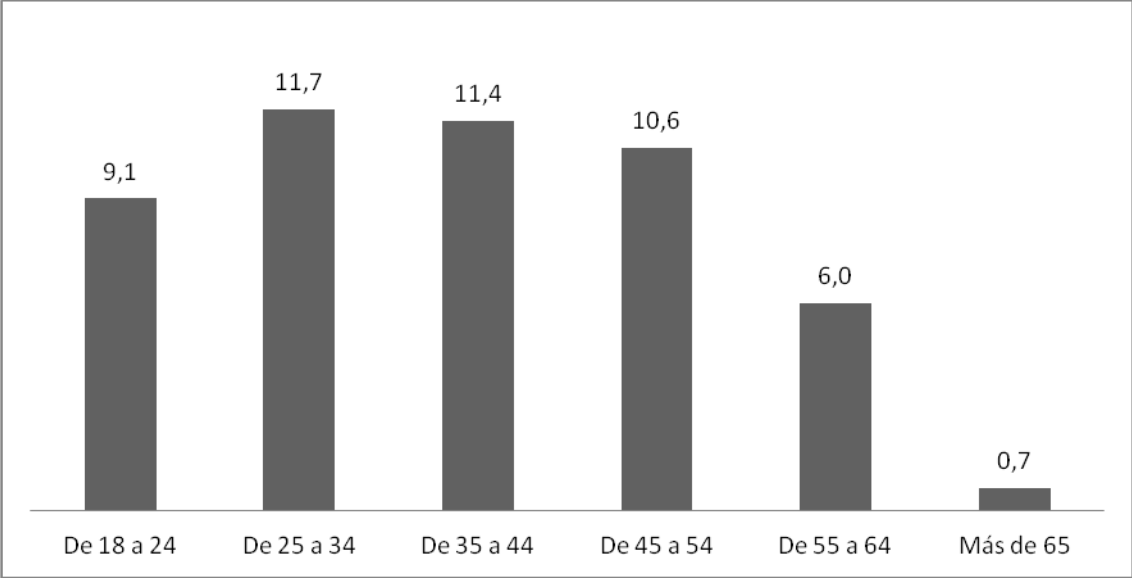


Gráfico 25: Cruce de la variable "Contactar con alguna administración para quejarse o protestar" con la variable "Edad". Fuente: CIS, estudio 2736.

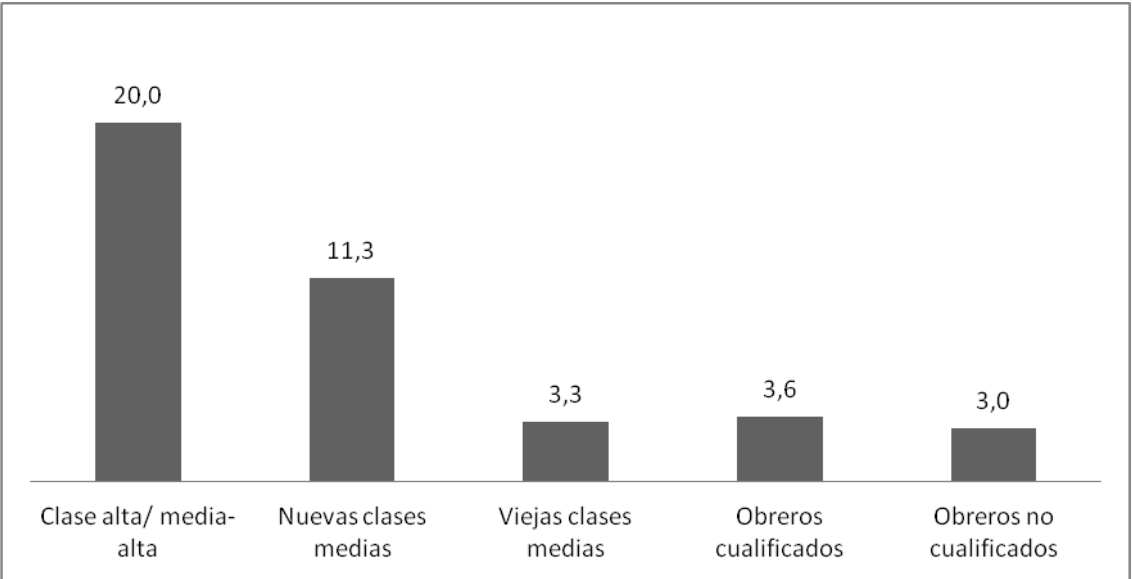


Gráfico 26: Cruce de la variable "Contactar con alguna administración para quejarse o protestar" con la variable "Estatus". Fuente: CIS, estudio 2736.

El cruce con la variable Edad no destaca, según el análisis ANOVA, diferencias significativas entre las categorías "de 18 a 24", "de 25 a 34", "de 35 a 44" y "de 45 a 54". Estos grupos de españoles son los que, en base a la variable edad, presentan las tasas de difusión más altas, oscilantes entre el 9,1% y el 11,7%. Porcentajes inferiores,

respectivamente del 6% y del 0,7%, son los que presentan los españoles con edad comprendida entre los 55 y los 64 años y los mayores de 65 años.

Por otro lado, la variable estatus socioeconómico marca una diferenciación más evidente entre los españoles en base a la difusión de este uso de Internet. Entre los españoles de clase alta existe una difusión del uso de Internet para quejarse con alguna administración del 20%. La categoría "nuevas clases medias", por su parte, presenta porcentajes inferiores, del orden del 11%. Finalmente, las categorías "viejas clases medias", "obreros cualificados" y "obreros no cualificados" presentan, según los análisis ANOVA, porcentajes inferiores y similares entre ellas: 3,3%, 3,6% y 3% respectivamente.

Por último, también el nivel de estudios genera diferencias de porcentajes de difusión de este uso de Internet entre los españoles.

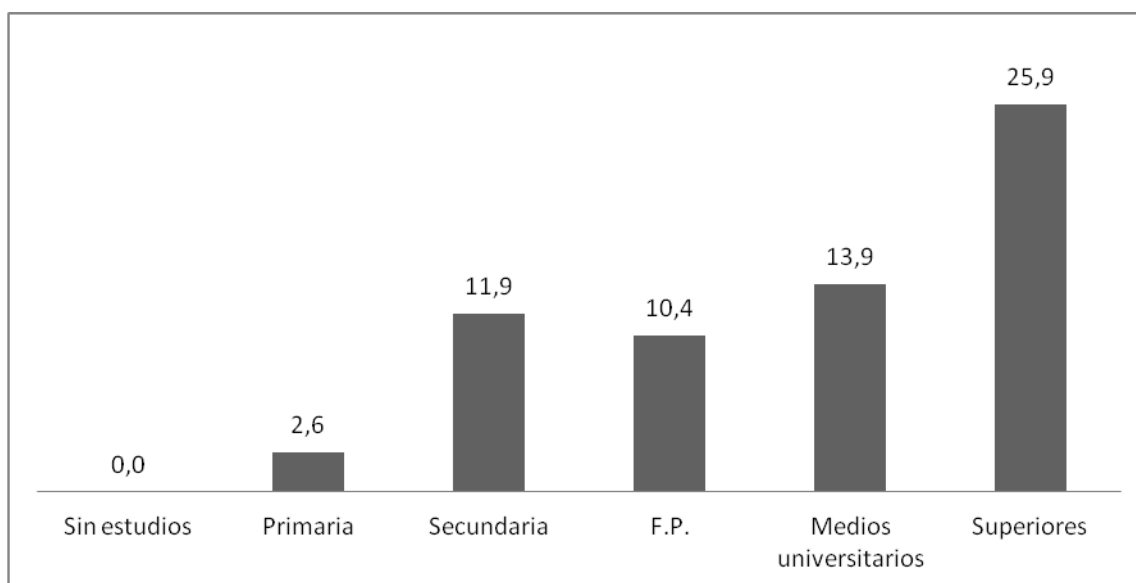


Gráfico 27: Cruce de la variable "Contactar con alguna administración para quejarse o protestar" con la variable "Estudios". Fuente: CIS, estudio 2736.

Así, las personas con estudios superiores presentan el mayor porcentaje de difusión, en torno al 26%. A continuación se hallan los porcentajes que caracterizan a los españoles con un título de estudios universitarios medios, con formación profesional o con educación secundaria. Sus porcentajes, según los análisis ANOVA, son asimilables y

varían entre el 13,9% y el 10,4%. Finalmente, los segmentos de población marcados por un menor acceso son aquellos caracterizados por un nivel de estudios primarios (2,6%) o sin estudios (0%).

Tal como se ha podido ver en el gráfico 21, la donación online de dinero para campañas, asociaciones u organizaciones (P28_04) es la forma de participación política digital menos adoptada por los españoles en 2007. Su porcentaje de difusión llega apenas al 4,2% de usuarios.

En concreto, si bien son los españoles de edad comprendida entre los 45 y los 54 años los que más donaciones online realizan, teniendo un porcentaje de difusión del 7%, los análisis ANOVA asimilan dicho porcentaje a los de las categorías "de 18 a 24", "de 25 a 34" y "de 35 a 44" (5,4%, 5,7% y 4% respectivamente). Los mismos análisis posicionan las categorías "de 55 a 64" y "mayores de 65" en niveles inferiores de difusión, con porcentajes del 2,8% y del 1,1% respectivamente.

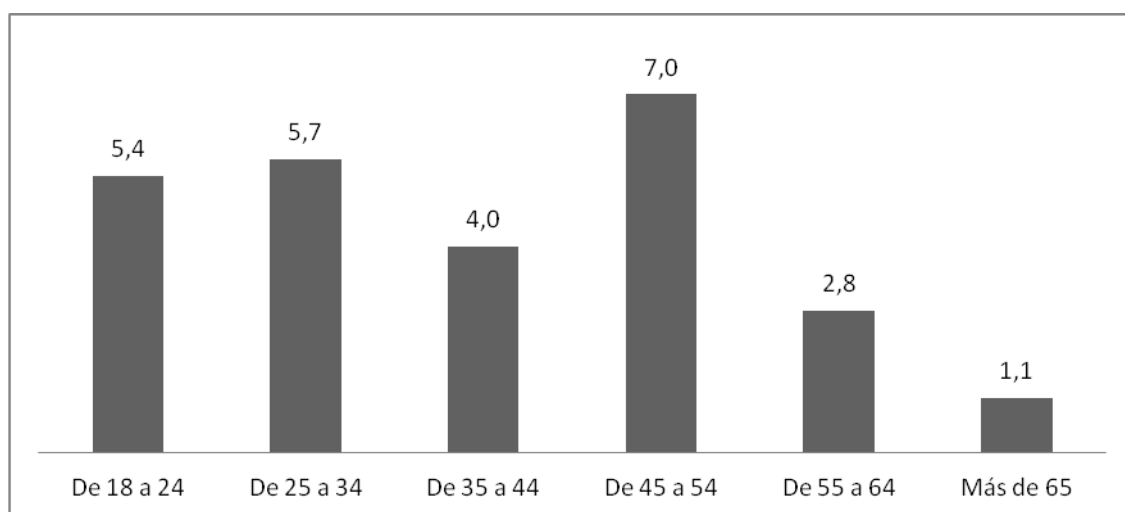


Gráfico 28: Cruce de la variable "Realizar una donación para una campaña, una asociación u organización " con la variable "Edad". Fuente: CIS, estudio 2736.

Por otro lado, los españoles de clase alta presentan porcentajes de difusión que rozan el 11%. Entre este segmento de población se encuentra la mayor difusión del uso de Internet para donaciones online, tal y como plantean los análisis ANOVA. Los españoles que hacen referencia a las nuevas clases medias manifiestan un nivel de

difusión menor, ya que presentan un porcentaje del 5,6%. Finalmente, los segmentos de población generados por la variable estatus socioeconómico que presentan porcentajes de difusión más bajos son las viejas clases medias y los obreros cualificados. Sus porcentajes, considerados semejantes por el análisis ANOVA, son del 1,8%, del 1,6% y del 2,4% respectivamente.

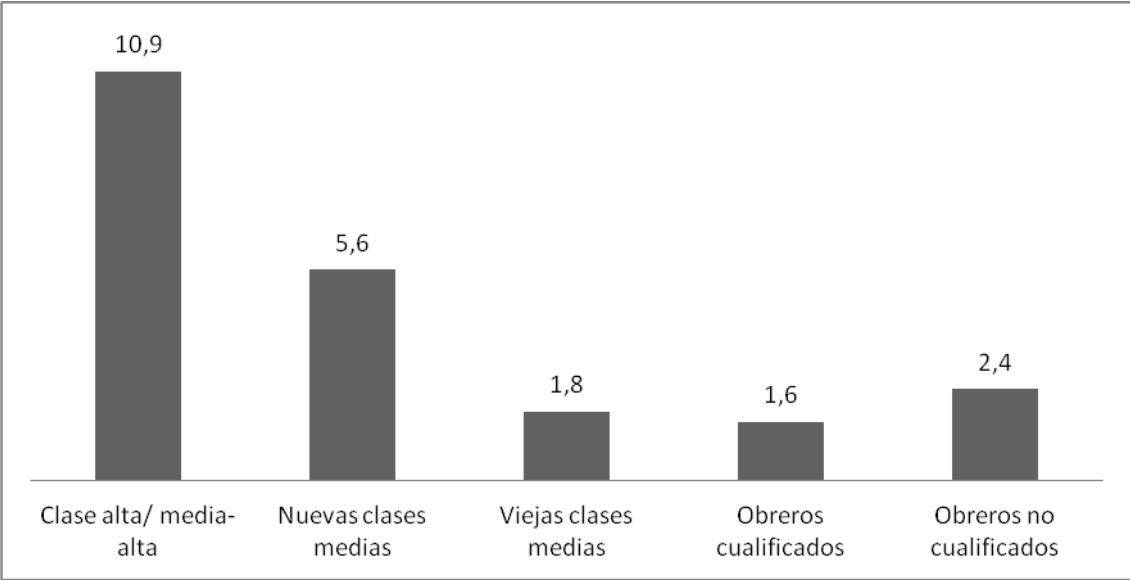


Gráfico 29: Cruce de la variable "Realizar una donación para una campaña, una asociación u organización " con la variable "Estatus". Fuente: CIS, estudio 2736.

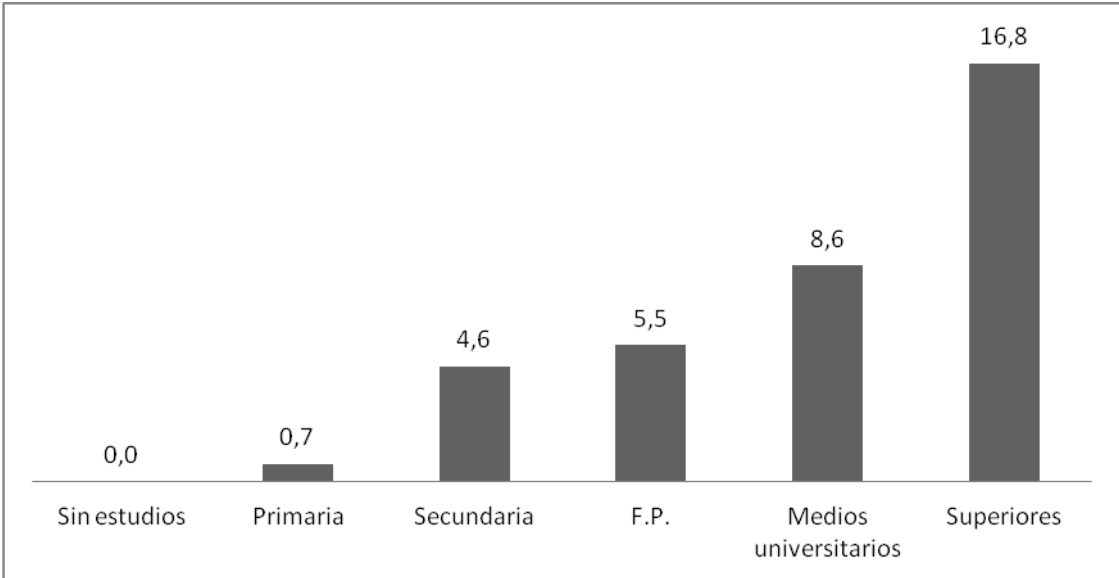


Gráfico 30: Cruce de la variable "Realizar una donación para una campaña, una asociación u organización " con la variable "Estatus". Fuente: CIS, estudio 2736.

Por último, si se desagrega este uso de Internet en base al nivel de estudio, se destaca como el porcentaje de españoles con estudios universitarios superiores que realiza un

uso de Internet de este tipo es del 16,8%. Se trata del segmento poblacional que, según la variable nivel de estudios, usa Internet en mayor medida para donar dinero online. A continuación, el segmento de población caracterizado por estudios medios universitarios se posiciona en un nivel más bajo de difusión, presentando un porcentaje del 8,6%. Porcentajes más bajos todavía son los que presentan los españoles con educación secundaria o formación profesional (5,5% y 4,6% respectivamente). Los análisis ANOVA, además, destacan la semejanza entre los porcentajes de estas dos categorías. Lo mismo ocurre con las categorías "primaria" y "sin estudios", cuyos porcentajes estimados de difusión son del 0,7% y del 0%.

Los gráficos 31, 32 y 33 presentan los porcentajes inherentes la difusión en España del uso de Internet para comunicar con alguna asociación u organización (P28_03), segmentados una vez más según las variables edad, estatus socioeconómico y nivel de estudios. Como se ha podido ver anteriormente, esta resulta ser la forma de participación política digital más difundida entre la población española, llegando, en 2007, hasta un 14,6% de usuarios.

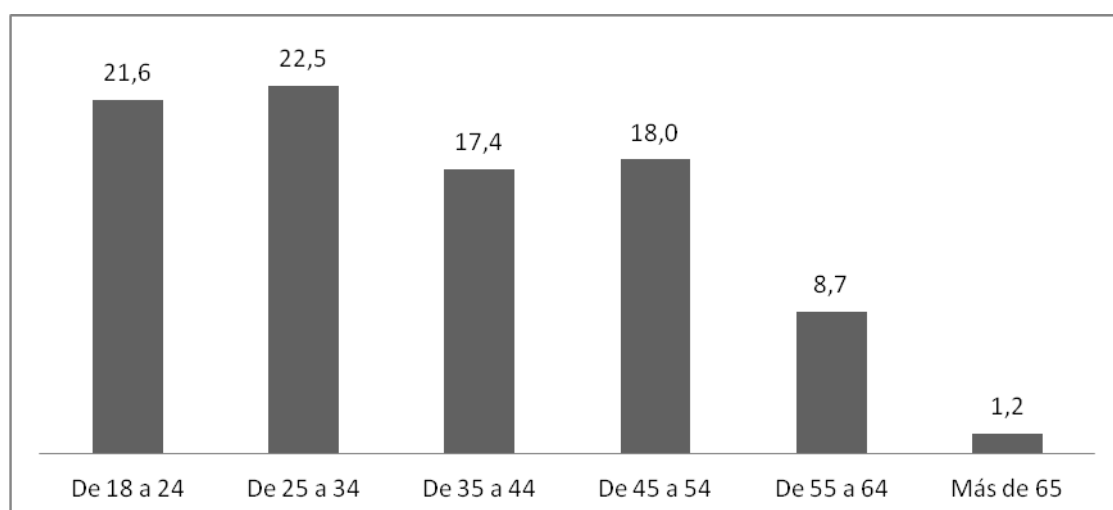


Gráfico 31: Cruce de la variable "Comunicarse con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)" con la variable "Edad". Fuente: CIS, estudio 2736.

Un vez más, el cruce con la variable edad genera, tal y como evidencian los análisis ANOVA, tres perfiles de difusión. Más en concreto, las categorías "de 18 a 24", "de 25

a 34", "de 35 a 44" y "de 45 a 54", con porcentajes estimados que varían del 22,5% al 17,4%, se pueden considerar como un subconjunto homogéneo. A un nivel más bajo de difusión de este uso de Internet, está la categoría "de 55 a 64", con el 8,7%. El patrón de difusión menor es el que caracteriza al segmento de población española de edad mayor de 65 años, con el 1,2% de usuarios.

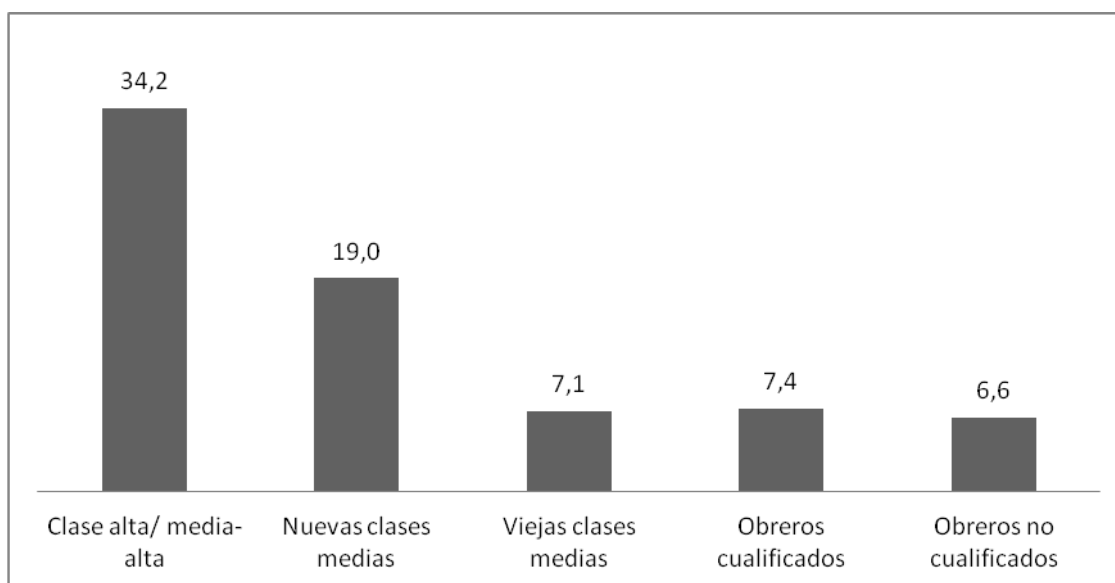


Gráfico 32: de la variable "Comunicarse con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)" con la variable "Estatus". Fuente: CIS, estudio 2736.

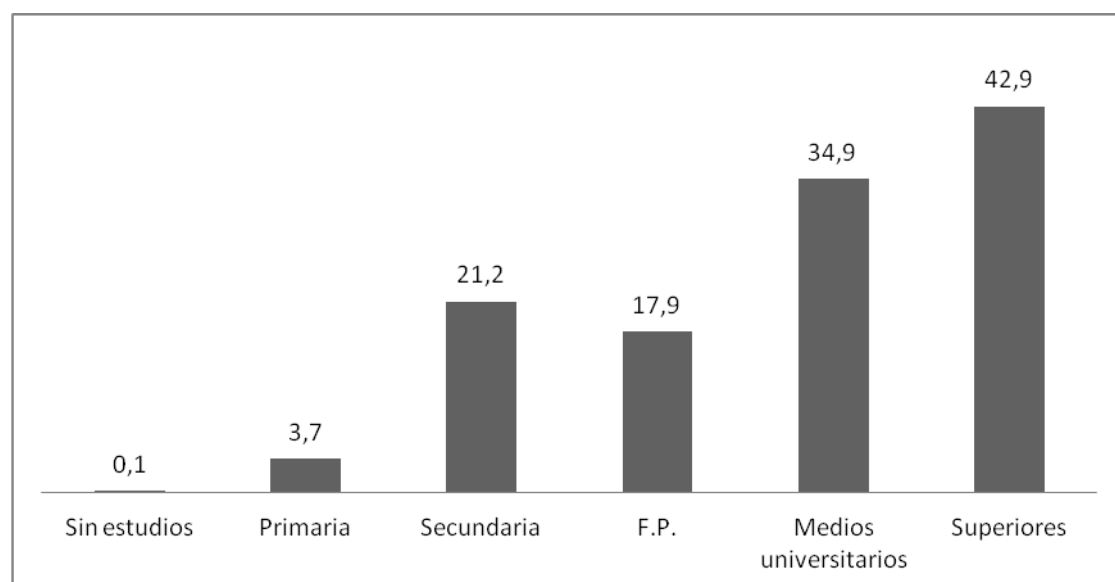


Gráfico 33: Cruce de la variable "Comunicarse con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)" con la variable "Estudios". Fuente: CIS, estudio 2736.

Si segmentan los porcentajes de difusión según la variable del estatus socioeconómico también se generan tres diferentes patrones de penetración del uso de Internet para

contactar con alguna asociación u organización. El porcentaje de difusión más alto caracteriza a los españoles de clase social alta, con un 34,2% de usuarios. Otro patrón de difusión es el que caracteriza a la categoría de las "nuevas clases medias", con un porcentaje del 19%. Por último, las categorías de las "viejas clases medias", los "obreros cualificados" y los "obreros no cualificados" constituyen, según los resultados del ANOVA, el tercer subconjunto homogéneo. Sus porcentajes de difusión son, respectivamente, del 7,1%, el 7,4% y el 6,6%.

Finalmente, en relación con la variable del nivel de estudios, se destaca cómo casi el 43% de los españoles con estudios universitarios superiores han utilizado Internet, en 2007, para intentar comunicarse con alguna asociación u organización. Lo mismo ha hecho el 34,9% de los españoles con estudio universitarios medios. Los estratos generados representados por los españoles con un título de estudios de secundaria o de formación profesional representan, según los análisis ANOVA, un subconjunto homogéneo, con porcentajes de usuarios del 21,2% y del 17,9% respectivamente. También las categorías "sin estudios" y "primaria" generan un subconjunto homogéneo. Estas dos categorías presentan los porcentajes de difusión más bajos: el 3,7% y el 0%, respectivamente.

El gráfico 21 nos permite ver cómo, en 2007, el 10,2% de los españoles había escrito comentarios en blogs o foros de contenido social o político (P28_05). Se trata de la segunda forma de participación política digital más difundida.

En este caso, la variable edad permite destacar niveles más altos de difusión de esta forma participativa online entre los más jóvenes (18 a 24 años), con un porcentaje del 24,5% de usuarios. Los españoles de edad comprendida entre 25 y 34 años tienen el segundo porcentaje de difusión más alto, llegando al 17,7%. Por su parte, las categorías "de 35 a 44" y "de 45 a 54" tienen, según los análisis ANOVA, porcentajes de usuarios

parecidos, ya que son del 8,4% y del 8,9%, respectivamente. El último patrón de difusión basado en la segmentación por edad está compuesto por los españoles entre los 55 y los 64 años de edad y los mayores de 65 años, con porcentajes de usuarios del 3,5% y del 1,2%.

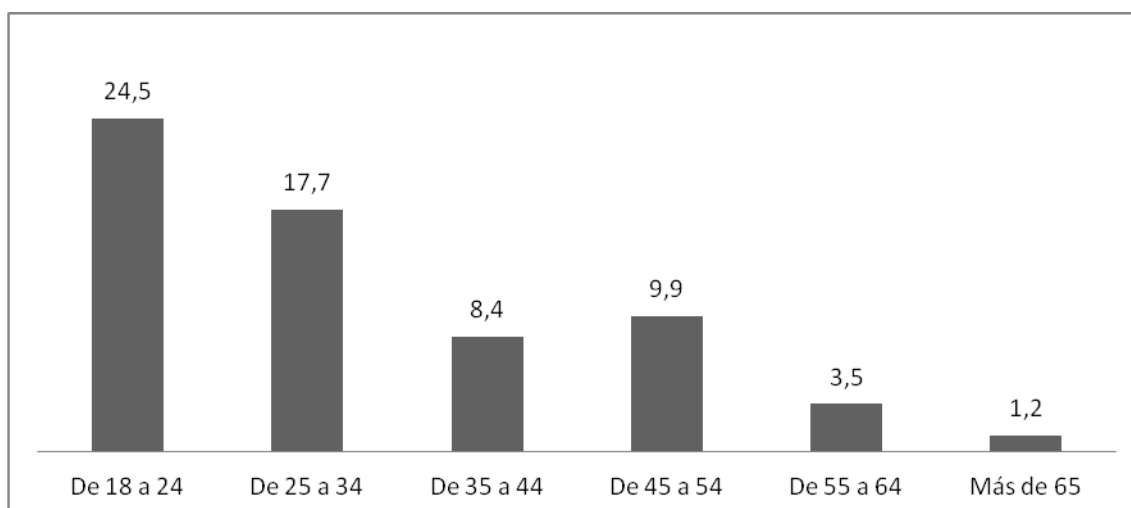


Gráfico 34: Cruce de la variable "Escribir comentarios en algún foros, blog o una página web, sobre temas de actualidad, sociales o políticos " con la variable "Edad". Fuente: CIS, estudio 2736.

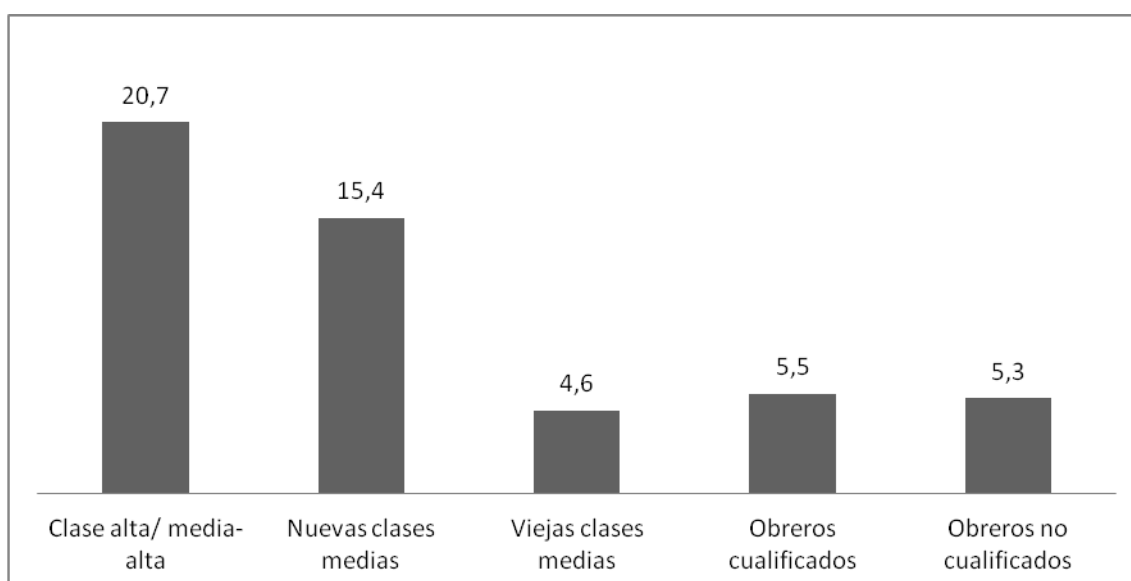


Gráfico 35: de la variable "Escribir comentarios en algún foros, blog o una página web, sobre temas de actualidad, sociales o políticos " con la variable "Estatus". Fuente: CIS, estudio 2736.

Por otro lado, según la segmentación operada por la variable estatus socioeconómico, los españoles de clase social alta con los que más utilizan Internet para escribir comentarios en blogs con contenido social o político, llegando a porcentajes de difusión del 20,7%. En segundo lugar, con el 15,4% de usuarios, están los españoles que

pertenecen a las nuevas clases medias. Finalmente, las categorías "viejas clases medias", "obreros cualificados" y "obreros no cualificados", según los análisis ANOVA, generan un subconjunto homogéneo de porcentajes de difusión. Los porcentajes estimados de usuarios para estas categorías son, respectivamente, del 4,6%, el 5,5% y el 5,6%.

Finalmente, la variable “Nivel de estudios” genera, en base a los análisis ANOVA, tres subconjuntos homogéneos. Por un lado, los españoles con estudios universitarios superiores y medios universitarios tienen los porcentajes más altos de usos de blogs, foros o páginas web para escribir comentarios sobre temas de actualidad política: el 24,4% y el 22,1%, respectivamente. En segundo lugar, está el subconjunto compuesto por los españoles con título de escuela secundaria o de formación profesional. En este caso se destacan porcentajes de usuarios algo inferiores, del 18,5% y el 13,6%, respectivamente. Por último, los análisis ANOVA destacan un subconjunto compuesto por los españoles sin estudios o con el título de primaria, cuyos porcentajes de difusión van desde el 3,5% hasta el 0%, respectivamente.

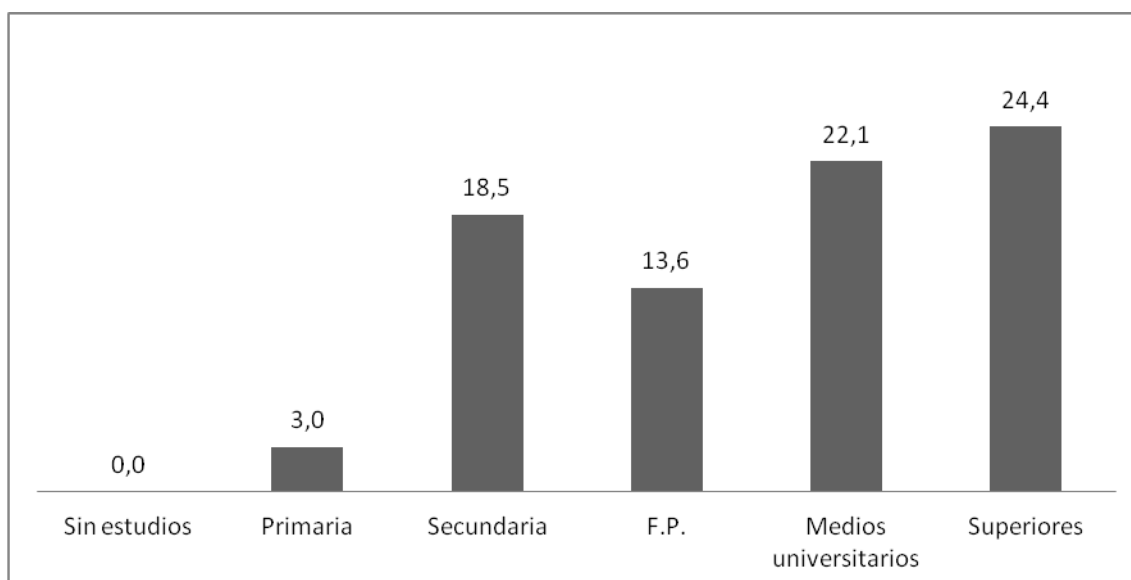


Gráfico 36: Cruce de la variable "Escribir comentarios en algún foros, blog o una página web, sobre temas de actualidad, sociales o políticos " con la variable "Estudios". Fuente: CIS, estudio 2736.

Finalmente, el uso de Internet para firmar una petición o para adherirse a alguna campaña o a un manifiesto (P28_06) es el último de los seis indicadores propuestos por

el equipo POLNET para medir la participación política digital. Poco más del 7% de los españoles ha hecho propio este uso de Internet en 2007, según los datos del estudio 2736. Los gráficos 37, 38 y 39 muestran los porcentajes que generan los cruces de este indicador con las variables “Edad”, “Nivel de Estudios” y “Estatus Socio-Económico”.

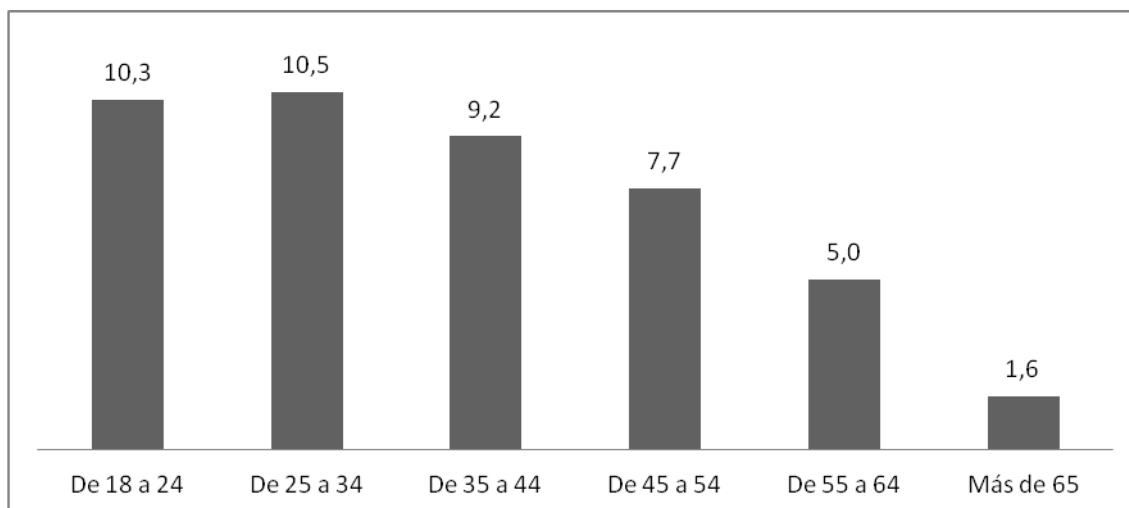


Gráfico 37: Cruce de la variable "Firmar una petición o adherirse a alguna campaña o a un manifiesto" con la variable "Edad". Fuente: CIS, estudio 2736.

Según los análisis ANOVA, las franjas de edad que van desde los 18 hasta los 54 años presentan, una vez más, porcentajes parecidos, generando así un subconjunto homogéneo y un único patrón de difusión de este uso de Internet. Los porcentajes estimados de usuarios, para las categorías que componen este subconjunto, varían del 7,7% al 10,5%. Por el otro lado, las categorías "de 55 a 64" y "mayores de 65", que se incluyen en otro subconjunto homogéneo, presentan porcentajes de difusión del 5% y el 1,6%, respectivamente.

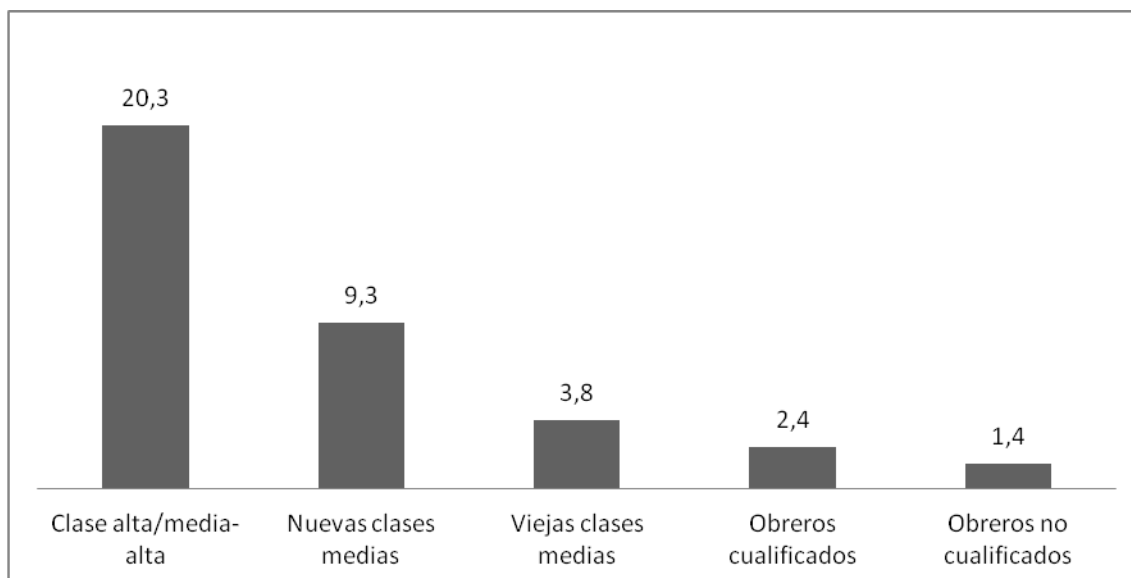


Gráfico 38: Cruce de la variable "Firmar una petición o adherirse a alguna campaña o a un manifiesto" con la variable "Estatus". Fuente: CIS, estudio 2736.

La variable estatus socioeconómico, por otra parte, genera tres subconjuntos homogéneos de porcentajes de difusión. El primer patrón es el porcentaje que caracteriza a los españoles de clase alta que adoptan este uso de Internet: el 20,3%. En segundo lugar, están los españoles de las nuevas clases medias, entre los cuales hay una difusión del 9,3%. Finalmente, y en línea con lo que se ha destacado para los demás indicadores de la participación política digital, las categorías "viejas clases medias", "obreros cualificados" y "obreros no cualificados" generan un único subconjunto, con porcentajes de usuarios del 3,8%, 2,4% y 1,4%, respectivamente.

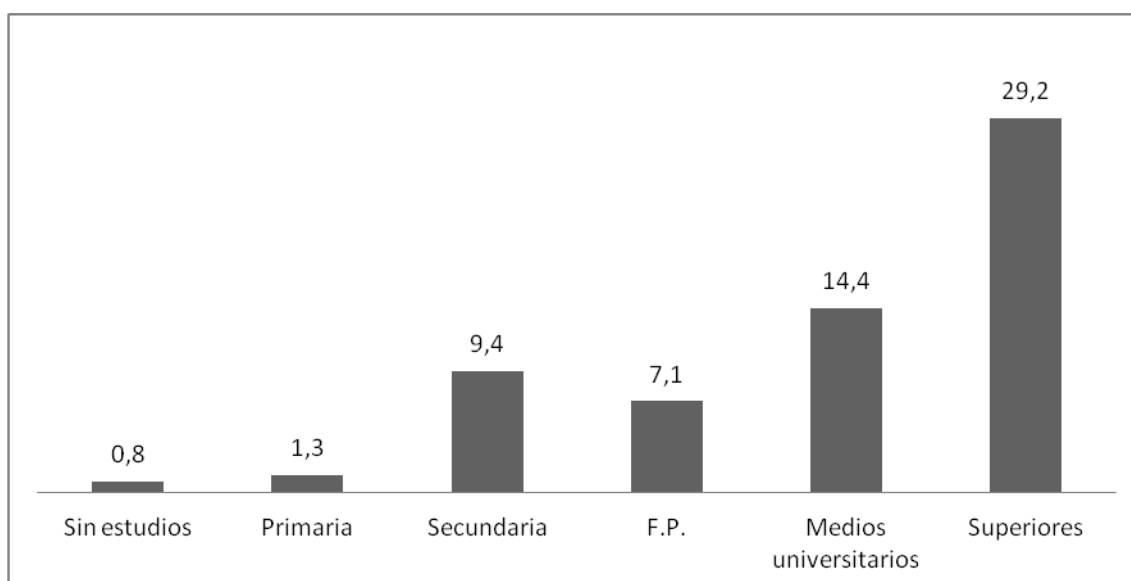


Gráfico 39: Cruce de la variable "Firmar una petición o adherirse a alguna campaña o a un manifiesto" con la variable "Estudios". Fuente: CIS, estudio 2736.

En lo relativo a la segmentación por nivel de estudios, el ANOVA a un factor destaca cómo el porcentaje de españoles con estudios universitarios superiores que firman peticiones online es el más alto (29,2%). El segundo nivel mayor de penetración de este uso de Internet es aquel que caracteriza a los españoles con estudios universitarios medios (14,5%). Mientras que los últimos son aquellos con educación primaria o sin estudios. Esta población muestra porcentajes de usuarios del 1,3% y el 0,8%, respectivamente. Entre estos grupos, las categorías "secundaria" y "F.P." generan otro subconjunto homogéneo con porcentajes estimados de difusión del 9,4% y del 7,1%, respectivamente.

DISCUSIÓN

Este apartado se ha ocupado de describir el fenómeno de la brecha democrática en España. Para ello, se han utilizado los indicadores de tres tipologías de usos políticos de Internet: aquellos vinculados a la e-administración, al consumo de información política online y a las actividades de participación política online. Para cada uno de ellos se ha estudiado su tasa de difusión en España. Para comprender la magnitud de la brecha democrática se han utilizado, como punto de comparación, las tasas de difusión de acceso a Internet. Las primeras dos tipologías de usos, es decir los de la e-administración y el consumo de información política online, se han estudiado a través de series temporales de baja frecuencia. Lo mismo se ha hecho con las tasas de difusión del acceso a Internet. Por otra parte, los usos de Internet relacionados a la participación política digitales han estudiado exclusivamente en relación al año 2007.

Los porcentajes de difusión de cada uno de los tres usos políticos de Internet han sido estudiados tanto en términos absolutos, como en función de las variables sociodemográficas clásicas del estudio de las brechas digitales de primer y de segundo nivel y de la brecha democrática: la edad, el estatus socioeconómico y el nivel de estudios. De este modo se ha observado si entre los segmentos de la población más joven y con más recursos hay mayores tasas de difusión de estos usos, tal y como plantean los estudios sobre las desigualdades digitales (Di Maggio et al. 2001; Norris, 2001; Van Dijk, 2005 y 2006; Hargittai y Walejko, 2008; Nam, 2011).

En primer lugar, en términos absolutos, estos usos tienen menor difusión de la que cabía esperar, sobre todo si se compara con los porcentajes de acceso a Internet. Tales porcentajes se han incrementado, en los últimos ocho años, en 27 puntos porcentuales. Además, en el año 2011, la población española ha manifestado una tasa de difusión del acceso a esta herramienta del 67%.

Si se comparan los datos que caracterizan los usos vinculados a la e-administración con los inherentes al acceso, se constata cómo estos usos no están particularmente difundidos entre la población. Durante los años que van del 2005 al 2010, tales usos han visto crecer su tasa de difusión tan sólo en 7,6, 5 y 5,2 puntos porcentuales, respectivamente. Los porcentajes de difusión más altos son aquellos detectados en el año 2010, y han sido del 27,1% para la consulta de páginas web de la Administración, del 16,2% en el caso de la descarga de formularios oficiales y del 10,6% para el envío de formularios cumplimentados. La mayor de entre estas tres tasas de difusión no llega a ser ni la mitad del porcentaje de acceso a Internet en el mismo año. Por otro lado, en cuanto al uso de Internet para obtener información política, no es posible efectuar una comparación tan directa con el porcentaje de acceso a Internet, puesto que el indicador utilizado para este uso mide antes la frecuencia de uso que el uso en sí. Pese a ello, es posible observar cómo su evolución, en una escala de 0 a 100, ha sido de 16 puntos desde el 2005 hasta el 2011 con puntos máximos en este último año de 25 puntos, apenas un cuarto de la escala.

En síntesis, los datos sugieren, a primera vista, que estos usos de Internet no están muy difundidos entre la población española y que no han tenido tanto éxito como planteaban los autores más optimistas acerca de los efectos de la introducción de las TIC en el campo político (Hague y Loader, 1999). Sin embargo, desglosando las series temporales según las diferentes categorías de edad, nivel de estudios y estatus socioeconómico, se manifiestan tendencias y patrones diferenciados según el segmento poblacional.

En primer lugar, con respecto al acceso a Internet, se constata un aumento considerable de los porcentajes de difusión entre los españoles más jóvenes, con más nivel de estudios y con una situación socio-económica mejor. Tales segmentos poblacionales manifiestan, en 2011, tasas de difusión de entre el 80% y el 95%. Sin embargo, no se

observan crecimientos muy elevados sobre tales porcentajes. Esta realidad se debe a que estas franjas poblacionales tenían ya tasas elevadas en 2004, con porcentajes de difusión que ya en aquel entonces rozaban el 100%.

Por otro lado, se comportan de manera distinta los segmentos de población caracterizados por niveles medios y altos de recursos educativos y económicos o de edad adulta. En estas franjas se observan porcentajes finales elevados, pero como consecuencia de una evolución de las tasas muy marcada durante los años estudiados. Finalmente, los estratos con menor nivel de estudios, menor nivel socio-económico y una edad más elevada presentan, en 2011, porcentajes de acceso a Internet que oscilan entre el 37% y el 2,2%: valores muy por debajo de la media nacional. Además, estos segmentos manifiestan crecimientos en el porcentaje de difusión limitados, dejando así intuir que estas diferencias están destinadas a perdurar en el tiempo.

En cuanto a los usos de Internet vinculados a la e-administración, se manifiesta la misma tendencia. Es decir, en los tres casos se observan porcentajes de difusión superiores a la media en las franjas poblacionales con más recursos económicos y educativos y cuya edad es menor. Por ejemplo, para el año 2011, las tasas de difusión del uso de consultas de páginas web de la Administración han sido, en las recién mencionadas franjas poblacionales, del 61,7%, del 45,2% y del 43,8%, respectivamente. Por otra parte, entre los españoles jubilados, con menor educación formal y mayor edad, dichos porcentajes eran del 5,7%, del 0% y del 3,7% respectivamente. Finalmente, los segmentos intermedios presentan porcentajes entre el 30% y el 40% con crecimientos elevados. Esto parece indicar un proceso de aproximación del porcentaje de difusión de estas franjas poblacionales hacia el de las franjas más aventajadas. En este sentido, se han detectado patrones parecidos en el caso de los porcentajes de difusión de los usos de

Internet para descargar y enviar formularios a través de páginas web de la Administración pública.

El consumo de información política online también tiene pautas diferentes de frecuencia de uso, así como de su estructuración según la edad, el nivel de estudios y el estatus socioeconómico. Los internautas más jóvenes y con más recursos, tanto económicos como educativos presentan, de forma similar a los usos vinculados a la e-administración, tasas de frecuencia de uso por encima de la media nacional, con puntuaciones que oscilan entre los 30 y los 50 puntos aproximadamente. Su crecimiento varía entre los 20 y los 33 puntos. En este caso, no son los segmentos poblacionales intermedios los que presentan tasas de crecimiento más altas, sino aquellos con mayores recursos y con menor edad. Como hipótesis, se puede plantear que esta pauta se debe a que los estratos sociales más aventajados son los que primeros saturan en términos de difusión de usos ventajosos. Mientras que sólo en un segundo momento empiezan a evolucionar también los demás estratos. Finalmente, en cuanto a los estratos poblacionales representados por los españoles más ancianos y con menos recursos, las puntuaciones oscilan entre un mínimo de 1 hasta un máximo de 20, muy por debajo de la media nacional. Los crecimientos varían entre 0 y 11 puntos. También en este caso, es razonable plantear una posible cristalización de estas diferencias en el tiempo, lo cual permitiría prever un aumento de la frecuencia de uso entre los estratos más privilegiados y, en un segundo momento, entre los estratos intermedios. Por el contrario, los datos recién mostrados hacen difícil plantear una evolución satisfactoria de la frecuencia de uso de Internet para el consumo de información política entre los estratos más bajos de la población.

En relación con los usos de Internet vinculados a la participación política digital, los porcentajes absolutos destacan una difusión relativamente baja de estos usos en España.

Por un lado, el uso con más difusión ha resultado ser “Comunicarse con alguna asociación u organización”, con un 14,6% de tasa de penetración en España, mientras que la acción de “contactar con algún político o partido” ha sido realizada por sólo el 2% de la población. De nuevo, estos porcentajes varían considerablemente si se desglosan por nivel de estudios y estatus socioeconómico. Entre los españoles más ricos o con mayor nivel de estudios, estos usos de Internet pueden llegar a porcentajes de difusión de hasta el 43%, como en el caso de los españoles con estudios superiores que han contactado con alguna asociación. Por el contrario, los segmentos poblacionales con menos recursos manifiestan porcentajes de difusión que, en algunos casos, rozan el 0%. No se destacan, en cambio, diferencias significativas según la edad del entrevistado.

La conclusión principal de este análisis es un aparente proceso de polarización. Este proceso se evidencia, por una parte, a partir de las diferencias puntuales en cada año entre los grupos más y menos favorecidos. Así, los usos de e-administración, como el consumo de información online y las acciones participativas online, muestran porcentajes e índices muchos menores, cada año, en los estratos de la población más desaventajados.

Al mismo tiempo, este proceso de polarización también se observa a partir de las tendencias de crecimiento de los porcentajes de difusión. Mientras que entre los grupos más favorecidos las tasas de crecimiento durante el periodo observado permiten estimar que, en un futuro próximo, alcanzarán niveles de saturación cercanos al 100%, en el caso de los grupos menos favorecidos los datos parecen indicar un estancamiento del crecimiento de la difusión del acceso y de los usos políticos de Internet.

Este escenario induce a estimar que, tanto en el caso de la brecha digital como en el caso de los usos políticos de Internet, no se está produciendo un proceso de normalización. Los grupos menos favorecidos difícilmente podrán alcanzar, con los

porcentajes de crecimiento observados, la difusión en el acceso y en los usos políticos de Internet que caracterizan a los grupos más favorecidos. Por lo tanto, en base a los datos empíricos mostrados en este apartado, se plantea que, en términos generales, España está asistiendo a un proceso de *estratificación*. Esto es así debido a que los grupos más y menos favorecidos presentan niveles de saturación diferentes.

De esta manera la penetración del uso de Internet, así como el uso político de Internet, reproducen las desigualdades existentes en términos generales entre las personas con más y menos recursos. Según esta lectura, los ciudadanos mejor posicionados son los que tendrán más oportunidades de beneficiarse de las ventajas que ofrece este medio. En el caso de los usos políticos de Internet estaríamos ante un caso de brecha democrática en la medida que los ciudadanos con más recursos se encuentran en mejor disposición para optar a los servicios y beneficios de carácter político y participativo que la herramienta Internet les proporciona. Mientras tanto, los ciudadanos con menos recursos tendrán menos posibilidades de optar a estas ventajas.

En síntesis, los análisis aquí descritos plantean, para el caso de estudio español, un escenario de desigualdad digital tanto en el uso de Internet como en el aprovechamiento de los usos políticos de este medio. Este escenario no sólo es perceptible en los datos de 2011, sino que no se estima que vaya a disminuir en el futuro.

En este apartado tan sólo se ha destacado la presencia de elevadas tasas de difusión de acceso y usos políticos de Internet entre los segmentos privilegiados de la población española. Sin embargo, nada se sabe acerca de los mecanismos que generan este tipo de desigualdades. El estatus socioeconómico, la edad y el nivel de estudio aúnan el efecto de cierto número de otras variables que tienen una influencia más directa sobre la adopción de determinados usos de Internet. Como se ha dicho anteriormente, la brecha democrática también depende de actitudes, creencias y valores políticos, del interés

hacia la política y de las habilidades digitales del internauta. Consecuentemente, para profundizar en el estudio de la brecha democrática se hace necesario entrar en el detalle de los mecanismos individuales que hacen que una persona adopte o no un determinado uso político de Internet. Con este objeto, en el siguiente apartado se estudiarán los mecanismos individuales que facilitan la adopción de conductas de participación política digital por parte de los internautas.

4. FACTORES DETERMINANTES DE LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA DIGITAL

INTRODUCCIÓN

Una vez descrito el fenómeno de la brecha democrática, es importante aclarar cuáles son los factores que lo propician. De acuerdo con los principios de la sociología analítica, limitarse a describir una co-ocurrencia entre dos fenómenos no permite comprender de forma apropiada los macrofenómenos sociales (Noguera, 2010). En este caso, el haber descrito elevados porcentajes de internautas que adoptan usos políticos de internet entre los segmentos de la población con más recursos, no permite aclarar el por qué de esta diferencia de distribución. Tampoco permite entender si hay maneras de actuar para corregirla.

Para hacer esto es necesario explicar los mecanismos individuales que están en la base de la adquisición de los usos políticos de internet por parte de los internautas (Hedström, 2006). En este caso concreto, se necesita una teoría de explicación de la conducta política que ponga en relación las creencias, las actitudes y las oportunidades del internauta con las conductas políticas digitales del internauta mismo. Para intentar explicar estos mecanismos, el presente apartado se ceñirá al estudio de la participación política digital. Ésta, como se ha dicho anteriormente, representa el único uso político de internet que ha sido estudiado de forma exhaustiva en España, junto con sus potenciales factores determinantes. Para ello, se ha recurrido a los modelos psicosociológicos de explicación de la conducta política (Valencia, 1990; Cohen et al., 2001). Esta decisión se justifica por el hecho de que dichos modelos contemplan la influencia simultánea, sobre la conducta política del sujeto, de elementos de orden individual, micro-social y macro-social.

Los análisis implementados en esta sección han sido dirigidos a la profundización y al estudio de las relaciones entre la participación política digital y tres potenciales factores de influencia: las actitudes políticas, la participación política offline y las habilidades digitales del internauta. Los datos utilizados para contestar a las preguntas de investigación coinciden con los proporcionados por la ya descrita encuesta del CIS "Internet y participación política". Los análisis implementados, como se ha dicho anteriormente, coinciden con: análisis factoriales sobre las variables del estudio 2736 que miden la participación política offline, las actitudes políticas y las habilidades digitales, 3 modelos de regresión múltiple y un modelo de ecuaciones estructurales. Para ello, se han utilizado los factores previamente extraídos en calidad de variables independientes.

A continuación, se describirán las metodologías de análisis empleadas. Sucesivamente, se presentarán las variables del estudio 2736 utilizadas para medir los 3 factores determinantes de la participación política digital. Finalmente, se describirán los resultados obtenidos con los 3 tipos de análisis implementados.

METODOLOGÍA

Los tres factores de influencia recién descritos generan tres preguntas de investigación dirigidas a entender cuál es la influencia de cada uno de estos factores sobre la participación política digital. Para ello, se utilizarán los datos del estudio 2736 del Centro de Investigaciones Sociológicas “Internet y Participación Política”. Este estudio contiene indicadores acerca de todos los constructos relevantes para este estudio: la participación política digital, las actitudes políticas, la participación política offline, y las habilidades digitales. En primer lugar, se recogerán los indicadores de los factores cuya influencia sobre la participación política digital queremos comprobar, y se intentará ver, a través de tres análisis factoriales, si están compuestos por dimensiones subyacentes. Esto permitiría resumir información y, a la vez, comprobar la bondad de las dimensiones propuestas en la literatura.

En segundo lugar, estas dimensiones se utilizarían como variables independientes en tres modelos de regresión múltiple, uno por cada factor de influencia: la participación política offline, las actitudes políticas y las habilidades digitales. Los tres modelos tendrían como variable dependiente la participación política digital. De este modo, sería posible testear la efectiva influencia de cada uno de estos factores sobre la participación política digital y, además, estudiar cuáles, de entre las dimensiones que los componen, ejercen más influencia sobre la variable dependiente. En el caso de las actitudes políticas, también se implementará un modelo de mediación para ver si, de acuerdo con

los estudios de corte psicosociológico, hay una mediación de la influencia de las creencias políticas, es decir, las *Normas de ciudadanía* y la *Confianza hacia las instituciones*, sobre la participación política digital por parte de la *Implicación psicológica en la política* (Caprara y Zimbardo, 2004).

Finalmente, se estudiarán las relaciones entre todos estos constructos a la vez. Esto nos permitiría estudiar la influencia simultánea de los tres factores sobre la participación política digital también en función de la relación entre los tres factores mismos. Para ello, se implementará un modelo de ecuaciones estructurales que recoja, además de la participación política digital, todas las dimensiones extraídas en los precedentes análisis factoriales.

El estudio 2736 del CIS: Internet y Participación Política

El estudio número 2736 del CIS, “Internet y participación política”, ha sido desarrollado por el grupo de investigación que participa en el proyecto “Participación Política e Internet” (POLNET), financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia (SEJ2007-60082), y con la colaboración del Centro de Investigaciones Sociológicas, que se ha encargado del trabajo de campo. En este proyecto han participado investigadores de la Universidad Autónoma de Barcelona, la Universidad Abierta de Cataluña, el Instituto Universitario Europeo y la Universidad de California (Irvine), bajo la coordinación de la profesora Eva Anduiza (Universidad Autónoma de Barcelona).

El objetivo general de esta investigación es examinar desde distintas perspectivas teóricas la influencia actual de Internet en la participación política en España y generar datos de calidad que permitan contrastar hipótesis generadas en la literatura sobre la

participación política (Anduiza et al., 2010b). Más en concreto, el grupo POLNET tenía, a la hora de elaborar esta encuesta, tres grandes objetivos:

En primer lugar, estudiar en qué medida los ciudadanos españoles utilizan internet con fines políticos. Esto es, buscar información online, comunicarse con otras personas con fines políticos y participar políticamente, siempre a través de Internet. Es este un acercamiento más descriptivo, que, sin embargo, permitiría aclarar cuánto están difundidas en España dichas prácticas políticas.

En segundo lugar, los investigadores del grupo POLNET querían comprender si hay diferencias significativas entre la participación política digital y offline. Esto es, si la participación política digital tiende a reproducir los modos ya existentes offline o, por el contrario, responde a una lógica diferente.

Finalmente, el cuestionario del estudio 2736 ha sido construido con el objetivo de averiguar si el uso de internet por parte de los ciudadanos, incluido el uso político, incide en su participación política, bien digital o bien tradicional. Tal y como plantean los autores, la aparición de internet obliga a replantear los modelos explicativos de la participación política, porque el uso de internet puede favorecer la obtención de recursos, estímulos y actitudes importantes para esta (Anduiza et al., 2010b).

En primer lugar, el equipo POLNET ha explorado las dimensiones relativas al acceso a Internet. Las preguntas P18 y P19 del cuestionario, de hecho, están dirigidas a destacar aquellos sujetos que sabían lo que es un ordenador personal (P.18) y los que se habían conectado a Internet en los tres meses anteriores a la encuesta (P.19). Estas preguntas constituyen filtros para las siguientes preguntas (de P.20 a P.28) sobre usos de Internet, incluidos los usos políticos.

Además, siguiendo las directrices investigadoras de los estudiosos de la digital divide, los investigadores que han construido esta encuesta han introducido indicadores acerca de la frecuencia de uso y de la cantidad de lugares de conexión que caracterizan el internauta.

Dimensión	Indicadores
<i>Usos y contextos de uso de Internet.</i>	Conocimientos de informática necesarios para desempeñar el trabajo habitual. P16 Uso del ordenador y de la televisión de pago en la residencia habitual (P18) Uso de Internet en los últimos 3 meses (P19) Tiempo transcurrido desde que usa Internet con regularidad. (P20) Lugares de conexión a Internet (P21) Frecuencia de acceso a Internet (P22) Actividades para las que ha utilizado Internet en los últimos 12 meses (P23)

Tabla 9: Indicadores del cuestionario 2736 sobre acceso, usos y contextos de uso de Internet.

Con respecto a la frecuencia de uso, autores como Horrigan (2002) y Howard, Rainie y Jones (2001), han diferenciado a los internautas según el tiempo de conexión a internet. Más en concreto, Howard et al. (2001) construyen una tipología de usuario alrededor de dos variables: el tiempo desde que se utiliza internet y la frecuencia de conexión desde casa. Éstas nos dan una medida, respectivamente, de la posición relativa a los demás en el sistema social y de la penetración de Internet en la vida de los usuarios. Consecuentemente, los autores plantean que estas dos variables permiten explicar mejor el uso innovador de internet que, a su vez, permite predecir la utilización del mismo. Otro concepto clave a tener en cuenta a la hora de estudiar la digital divide es el de autonomía de uso, y que está relacionado con el hecho de que el usuario tenga la oportunidad de conectarse desde lugares diferentes al de trabajo. Tiene además relación con si los terminales desde los que se conecta están compartidos con más personas (DiMaggio et al., 2004). Según Howard, Rainie y Jones (2001), el hecho de conectarse desde casa es una señal indirecta de un uso más creativo de Internet, no solamente

vinculado al desempeño de tareas laborales. En este sentido, Peter y Valkenburg (2006) hablan de *Ubiquitous Internetting*, es decir el hecho de estar conectado desde múltiples lugares y en diferentes momentos del día, como variable que influencia la diferencia de usos de Internet. Todas estas indicaciones están recogidas en el estudio 2736. Además, están presentes indicadores acerca de diferentes usos de internet que, utilizados como índice indirecto de las habilidades digitales del internauta, permitirían estudiar la brecha digital de segundo nivel (Hargittai y Walejko, 2008).

En el estudio 2736, también se recogen indicadores sobre participación política offline, digital y consumo de información política. Éstos, están recogidos en la tabla 10.

Dimensión		Indicadores
Participación política	Offline	Participación en distintas formas de acción social y política en el último año (P11 – 9 ítems) y en un pasado más lejano (P11a – 9 ítems) - No contempla el voto. Asistir a manifestación después de que alguien le haya convencido. (P12) Pertenencia o participación en diversas organizaciones o asociaciones de carácter político (P13 – ítems 1, 2, 3 y 6), como partidos, sindicatos, asociaciones de vecinos etc. Abstención electoral como forma de protesta. (P43) Participación electoral en las últimas elecciones generales (P42a) Recuerdo de voto en las últimas elecciones generales. (P42b)
	Digital	Actividades políticas realizadas a través de Internet. (P28 – 6 ítems)

Tabla 10: Indicadores del cuestionario 2736 sobre Participación política offline y online.

En el apartado anterior, se han descrito detalladamente los indicadores del estudio 2736 sobre la participación política digital (véase infra). En cuanto a los indicadores de la participación política offline, éstos contemplan cuatro grandes tipologías de participación política, recogidas también en la literatura sobre el tema. En primer lugar, se han medido aquellas actividades vinculadas al proceso electoral y a la elección de representantes políticos. Es decir, el voto, la asistencia a mítines, la pertenencia a un

partido político o la transmisión de mensajes y opiniones a representantes públicos (Lane, 1959; Milbrath, 1977). En segundo lugar se recogen indicadores acerca de aquellas actividades ciudadanas institucionalizadas y no relacionadas directamente con el voto y que conciernen las relaciones entre representantes y organizaciones ciudadanas y representantes y ciudadanos para la transmisión de demandas (Verba, Nie y Kim, 1978), las actividades no-convencionales “clásicas”, como la participación en manifestaciones, la petición de firmas y los actos de boicot (Barnes y Kaase) y, por último, las actividades no-convencionales distintivas de la globalización, como son los actos de consumerismo político o la firma de propuestas, etc. (Micheletti, 2003, Seyd y Whiteley, 2004).

Dimensión	Indicadores
<i>Actitudes políticas tradicionales</i>	<p>Escala de satisfacción (0-10) con el funcionamiento de la democracia (P4).</p> <p>Escala de satisfacción (0-10) con la labor del Gobierno central (P5)</p> <p>Grado de interés hacia la política. (P7)</p> <p>Frecuencia con la que se habla de política (P8)</p> <p>Frecuencia con la que se intenta convencer de los puntos de vista propios sobre política (P9)</p> <p>Auto-eficacia política (P10)</p> <p>Escala de valoración (0-10) de diversos comportamientos cívicos (P33): votar, pagar impuestos, respetar ley, pensar en los demás, tener opinión personal.</p>
<i>Actitudes hacia los actores políticos</i>	<p>Cercanía hacia partidos políticos y partido político por el que se siente más cercanía. Grado de cercanía. (P14)</p> <p>Escala de auto ubicación ideológica. (P35)</p> <p>Escala de probabilidad (0-10) de votar a un determinado partido político. (P36)</p> <p>Acuerdo con frases sobre la participación ciudadana en las decisiones políticas (P34): concepto “clásico” de representación vs más involucración ciudadanos.</p>

Tabla 11: Indicadores del cuestionario 2736 sobre actitudes políticas.

En tercer lugar, el cuestionario del estudio 2736 también incluía preguntas acerca de las actitudes políticas del entrevistado⁸. Éstas están relacionadas, por un lado, con las opiniones del sujeto acerca de los actores políticos presentes en el sistema en el que vive

⁸ Para una visión exhaustiva del cuestionario 2736, véanse los anexos.

(partidos, representantes, etc.). Por otro lado, con respecto a las actitudes políticas clásicas, incluye la auto-eficacia política, la confianza en las instituciones, la implicación en la política y las *normas de ciudadanía* (Zmerli et al., 2007). En la tabla 11 se recogen los indicadores sobre las actitudes políticas contenidas en el estudio 2736. Finalmente, el estudio 2736 también incluye diferentes indicadores sobre los estímulos movilizadores y sobre el consumo de información política. Sin embargo, los ítems están estructurados de tal manera que resulta imposible distinguir de forma neta entre conductas online y conductas offline. Por esta razón se ha decidido no tomar en consideración estos factores de influencia en el presente trabajo, pese a la gran importancia que la literatura les atribuye en relación a la participación política digital (Nah et al., 2006; Best and Krueger, 2005).

Análisis factoriales

Se han implementado tres análisis factoriales exploratorios que incluyen todas las variables del estudio 2736 referentes a la participación política offline, las actitudes políticas y las habilidades digitales. Esto ha permitido, por un lado, resumir información acerca de las variables que contribuyen en estos constructos y, por otro lado, comprender cuáles son las dimensiones que los componen.

Por razones de comodidad, se presentan los resultados separadamente para cada una de estas cuatro dimensiones. Primero se discutirán, para cada una de ellas, las variables introducidas en el análisis. Luego se verá cómo éstas se distribuyen entre los distintos factores, permitiéndonos así discutir las similitudes y diferencias con los estudios anteriores. Los resultados de los análisis factoriales representarán nuestra propuesta de indicadores para la herramienta de medición.

Antes de proceder con ello, cabe advertir de que, debido a la naturaleza de los fenómenos objeto de estudio, algunas de las preguntas incluidas en el estudio 2736 (véanse anexos) han sido construidas para averiguar bien la presencia o ausencia de una conducta determinada (Ejemplo: P23_A), bien la forma con la que se presenta un determinado fenómeno (Ejemplo: P16). Esto implica el uso o de variables dicotómicas o de variables categóricas para la medición de muchas características de los sujetos.

Esto podría generar problemas a la hora de implementar los análisis factoriales (Lewis-Beck, 1994). Por ello se ha decidido optar por el uso de aquellos métodos de extracción de los factores que no requieren la multinormalidad de los datos, como el de los componentes principales (Lawley & Maxwell, 1971). El método de rotación elegido es el varimax. El criterio de selección de los factores elegido ha coincidido con el *Parallel Test*, más parsimonioso que el de la regla de Keiser (Browne, 1968; Cliff, 1998; Linn, 1968).

Análisis de regresión múltiples

Se ha decidido implementar tres modelos de regresión lineal múltiple con la intención de estudiar el peso de las actitudes políticas, de la participación política offline y de las habilidades digitales sobre la participación política digital. Además se quiere averiguar, para cada uno de estos factores de influencia, cuál de las dimensiones que los componen influye más sobre la participación política digital.

Dichas dimensiones, extraídas por los tres análisis factoriales precedentemente implementados, han sido empleadas como variables independientes en los tres análisis de regresión múltiple: a cada modelo le corresponden las dimensiones que componen un factor de influencia.

La variable dependiente ha sido construida a través de la batería de seis ítems dicotómicos creados para explorar los distintos tipos de participación política digital contenidos en el estudio 2736 (Anduiza et al., 2010b).

Los ítems muestran un Alpha de cronbach de 0,78, lo cual indica que son todos indicadores de un mismo constructo. Además De Marco, Antino y Robles (2012) han demostrado, a través de un análisis factorial, que estos ítems forman un único factor.

¿En alguna ocasión ha realizado alguna de estas actividades a través de Internet?
Contactar con un político o con un partido político (P28_01)
Contactar con una administración para quejarse o protestar (P28_02)
Comunicar con una asociación u organización (P28_03)
Para donar dinero para una campaña o para una organización/asociación (P28_04)
Para escribir comentarios en un Blog o Foro de contenido social o político (P28_05)
Para firmar una petición (P28_06)

Tabla 12: Ítems que componen la pregunta P28 del cuestionario 2736 del CIS.

Para operacionalizar la variable dependiente “participación política online”, se ha procedido a contar, para cada sujeto, las respuestas “Sí” a cada ítem y atribuyendo a cada una de ellas valor 1. El resultado es una variable numérica cuyo valor mínimo es el 0 y el máximo es el valor 6. La lógica subyacente a esta decisión es la de obtener una variable que cuantifique el numero de distintas actividades políticas realizadas online por los sujetos, más que discriminar cualitativamente entre los distintos tipos de participación online.

Además, se han incluido en todos los modelos de regresión las variables de control socio-demográficas: edad, nivel de estudios, estatus socio-económico e ideología política. A la vez, en el modelo de regresión donde se estudió el efecto de las habilidades digitales sobre la participación política digital, se han incluido diferentes variables políticas de control clásicas, como, por ejemplo, el interés para la política, la confianza en las instituciones o la participación política en los últimos doce meses.

Todos los modelos han sido implementados “por pasos”. Este procedimiento nos ha permitido destacar el porcentaje de varianza de la participación política digital explicada exclusivamente por los factores, una vez controlado el efecto de las variables sociodemográficas y políticas.

RESULTADOS

Los resultados de los análisis factoriales implementados se presentarán, en el presente apartado, organizados por factor de influencia. En segundo lugar momento, se presentarán los resultados de los análisis de regresión y del modelo de mediación.

Análisis Factoriales

Actitudes

Anteriormente se ha dicho que entre las actitudes políticas más estudiadas están la confianza en las instituciones, las *normas de ciudadanía* y la implicación personal con la política o implicación psicológica (Miller and Listhaug, 1990; Niemi et al., 1991b; Sniderman and Grob, 1996).

La confianza en las instituciones se ha definido como la creencia del ciudadano de que las instituciones políticas cumplirán su función correctamente aun cuando aquél no esté vigilando permanentemente su actuación (Citrin and Muste, 1999). Consecuentemente, este constructo teórico sería un reflejo de los sentimientos generales de los ciudadanos sobre las instituciones de su país (Newton and Norris, 2000), y, más en concreto, de la confianza. En diferentes trabajos empíricos (Bonet et al., 2006; Montero et al., 2008) se asocia la confianza en las instituciones políticas con las actitudes políticas hacia el régimen democrático. Este último se compone de indicadores del grado de satisfacción

con la democracia y con la labor del gobierno central. En el estudio 2736, dichos indicadores se expresan en escalas de 0 a 10, donde el 0 representa la total falta de confianza/satisfacción y el 10 el máximo nivel de confianza/satisfacción. Dichos indicadores están incluidos en la tabla 13.

VARIABLES
Cuánto confía en los partidos políticos (P6_1)
Cuánto confía en los sindicatos (P6_2)
Cuánto confía en los ayuntamientos (P6_3)
Cuánto confía en el gobierno central (P6_4)
Cuánto confía en las ONG (P6_5)
Cuánto confía en los Medios de comunicación (P6_6)
Grado satisfacción con funcionamiento democracia en España (P4)
Grado satisfacción con labor gobierno central (P5)

Tabla 13: Ítems del estudio 2736 que miden la confianza hacia las instituciones y la satisfacción con la democracia.

Como se ha dicho anteriormente, las *normas de ciudadanía*, es decir las expectativas compartidas acerca del rol de los ciudadanos en la política (Dalton, 2008), se articularían en tres tipologías diferentes. La primera, de tipo elitista, coincide con *law-abidingness*, es decir, el respeto por las normas. (Almond and Verba, 1963). La segunda se fundamenta en la deliberación y la crítica (Kymlicka and Norman, 2000) y la tercera en la Solidaridad (Conover et al., 2002). También se ha dicho cómo otros autores, como por ejemplo, Deters, Gabriel y Torcal (2007) plantean que no existan subdivisiones en el constructo general de las *normas de ciudadanía*, que se presentaría como un constructo unitario. La tabla 14 recoge los indicadores introducidos en el estudio 2736 sobre *normas de ciudadanía*. Se trata de escalas de 0 a 10.

VARIABLES

Para ser buen ciudadano, es importante votar (Normativo-P33_01)
 Para ser buen ciudadano, es importante no evadir impuestos (Normativo-P33_02)
 Para ser buen ciudadano, es importante cumplir la ley (Normativo-P33_03)
 Para ser buen ciudadano, es importante Pensar en los demás (Comunitario-P33_04)
 Para ser buen ciudadano, es importante formarse su propia opinión personal
 (Deliberativo-P33_05)

Tabla 14: Ítems del estudio 2736 que miden las normas de ciudadanía.

El último bloque de actitudes políticas estudiado por la literatura concierne la implicación personal con la política o *Psychological involvement*. Coincide principalmente con el interés de los ciudadanos hacia la política y los asuntos públicos (Milbrath, 1977). También está relacionado con la involucración de los ciudadanos en conversaciones sobre política o asuntos públicos, así como en los intentos de convencer a los demás sobre los puntos de vista personales sobre la política (Verba et al., 1995). La literatura empírica destaca que ésta es la actitud que más influencia tiene sobre la participación política activa (Orum, 1989). Según Ferrer et al (2006), este constructo está vinculado a la dimensión de la Eficacia política Interna. Los indicadores del estudio 2736 que miden este núcleo actitudinal están recogidos en la tabla XXX. Se trata de variables ordinales.

VARIABLES

Interés hacia la política (P7)
 Frecuencia con la que se habla de política (P8)
 Intentar convencer a los demás de su punto de vista (P9)

Tabla 15: Ítems del estudio 2736 que miden la implicación personal en la política.

A estos tres constructos cabe añadir uno más, también muy presente en las investigaciones sobre las actitudes políticas: la autoeficacia política. Ésta ha sido definida como la percepción que un individuo tiene acerca de la posibilidad de influir en el proceso político debido a la receptividad de las instituciones (Miller et al, 1979).

Craig, Niemi y Silver (1990) han dividido este constructo en dos sub-constructos. Por un lado, los autores destacan la Eficacia Interna, es decir las creencias acerca de la competencia personal en comprender y participar efectivamente en la política. Por otro lado, la Eficacia Externa, que concierne las creencias acerca de la receptividad a las demandas ciudadanas por parte de las autoridades e instituciones gubernamentales. En la tabla 16 se muestran los indicadores de la autoeficacia presentes en el estudio 2736. Son todas variables ordinales con escala de 1 (Muy de acuerdo) a 5 (Muy en desacuerdo).

VARIABLES
Los políticos no se preocupan de lo que piensa gente como yo (externa-P10_A)
La política es complicada de entender (interna-P10_B)
Los que están al poder persiguen solo sus intereses (externa-P10_C)
Estoy mejor informado de política que los demás (interna-P10_D)

Tabla 16: Ítems del estudio 2736 que miden la autoeficacia política.

Todas estas variables han sido incluidas en un análisis factorial. Sin embargo, en esta ocasión, vista la presencia de numerosas variables de escala, hemos recurrido al método de *Unweighted Least Squares* (ULS). También en este caso el índice de adecuación muestral KMO tiene un valor próximo al 1 y el determinante de la matriz de correlaciones es suficientemente próximo a 0. Además, el índice KMO y el test de esfericidad nos informan del hecho de que es lícito seguir con la factorización de las matrices de varianza y covarianza.

Determinante	0,015
Índice de Kaiser-Meyer-Olkin	0,830

Tabla 17: pruebas de adecuación del análisis factorial a la matriz de la correlaciones (actitudes políticas).

Chi2	10362,941
Gdl	406
Sig.	0,000

Tabla 18: Pruebas de adecuación del análisis factorial a la matriz de correlaciones (actitudes políticas).

Según el criterio de selección de los factores comúnmente conocido como "regla de Keiser" (autovalores ≥ 1) la solución final ha de incluir cuatro factores. La literatura advierte de que este criterio de selección tiende a sobreestimar el número de factores extraídos (Browne, 1968; Cliff, 1988; Linn, 1968). Se decidió por lo tanto aplicar un criterio de selección más ahorrativo, el *Parallel Test* (Horn, 1965; Hayton et al., 2004), que permitió destacar la no necesidad de inclusión del cuarto factor. Dichos factores explican globalmente el 57,7% de la varianza de las variables introducidas, más en concreto el primero, el segundo y el tercer factor explican, respectivamente, el 29,1%, el 16,5% y el 12,1% de la varianza.

El primer factor recoge todas las variables anteriormente descritas como parte del constructo de la *confianza hacia las instituciones* (CHI). En el segundo factor contribuyen todas las variables que miden las *normas de ciudadanía* (NDC), sin ulterior división entre sub-dimensiones como el respeto de las normas, la deliberación o la solidaridad, tal y como planteaban Deters et al (2007). Finalmente, el tercer factor se presenta como una combinación entre las variables típicas de la implicación, junto con las variables que miden la autoeficacia interna, es decir: “La política es complicada de entender”, que influye negativamente, y “Estoy mejor informado de política que los demás”. Estos resultados son coherentes con la hipótesis de Ferrer et al (2006). Consecuentemente, este factor se ha interpretado como *implicación psicológica en la*

política (IPP). El análisis factorial ha excluido los ítems de Autoeficacia externa porque no suficientemente informativos.

Variables	Componentes		
	1	2	3
Cuánto confía en el gobierno central	0,84		
Cuánto confía en los partidos políticos	0,716		
Cuánto confía en los sindicatos	0,682		
Cuánto confía en los ayuntamientos	0,645		
Grado satisfacción con labor gobierno central	0,619		
Grado satisfacción con funcionamiento democracia en España	0,569		
Cuánto confía en los Medios de comunicación	0,515		
Cuánto confía en las ONG	0,421		
Para ser buen ciudadano, cuánto es importante cumplir la ley		0,79	
Para ser buen ciudadano, cuánto es importante no evadir impuestos		0,755	
Para ser buen ciudadano, cuánto es importante votar		0,511	
Para ser buen ciudadano, cuánto es importante pensar en los demás		0,393	
Para ser buen ciudadano, cuánto es importante formarse su propia opinión personal		0,391	
Interés hacia la política			0,833
Frecuencia con la que se habla de política			0,808
Intentar convencer a los demás de su punto de vista			0,558
Estoy mejor informado de política que los demás			0,514
La política es complicada de entender			-0,470

Tabla 19: Componentes rotados del análisis sobre actitudes políticas. Elaboración propia a partir de los datos del Estudio 2736 del CIS

Participación tradicional

Se han recogido las doce variables contenidas en el estudio 2736 que miden los distintos aspectos de la participación política offline⁹. Estas variables están relacionadas con cuatro grandes tipos de participación política offline descritos en la literatura sobre el tema.

En primer lugar, hay indicadores de las actividades relacionadas con el proceso electoral y la elección de representantes. Estas son el voto, la asistencia a reuniones políticas o la

⁹ Para evitar duplicidades con la variable dependiente, se han excluido los ítems “Contactar/Intentar contactar con un político para expresarle sus opiniones” (P11_7), “Firmar una petición en una recogida de firmas” (P11_1) y “Donar o recaudar dinero para alguna causa” (P11_8). Esta decisión ha permitido evitar redundancias que hubiesen podido perjudicar los resultados del sucesivo análisis de regresión lineal.

pertenencia a un partido político (Lane, 1959, Milbrath, 1977). El segundo grupo de indicadores concierne a las actividades institucionalizadas ciudadanas que no están directamente relacionadas con el derecho de voto (Verba et al., 1987). Ejemplos de este tipo de actividades, contenidos en el estudio 2736, son: la participación activa en un sindicato, la participación activa en una asociación empresarial, el ser miembro de una organización pacifista o ecologista y, finalmente, ser miembro de una asociación de carácter voluntario como, por ejemplo, una asociación de vecinos. En tercer lugar, se han recogido los indicadores que versan sobre las actividades políticas no convencionales “tradicionales”, como la participación en manifestaciones o boicots (Barnes et al., 1979). Por último, se han recogido los indicadores referentes a las actividades no convencionales distintivas de la globalización, como, por ejemplo, el consumerismo (Micheletti, 2003). La tabla siguiente recoge todos los indicadores del estudio 2736 utilizados para el análisis factorial.

Se trata de variables ordinales, como las de participación en actividades políticas, la participación en las últimas elecciones y la militancia en organizaciones o asociaciones, y una variable dicotómica, es decir la abstención como forma de protesta. En este y en los análisis sucesivos se ha procedido a mandar a perdidas las respuestas "No sabe" y "No contesta", pero sólo para las variables numéricas u ordinales. Para las variables dicotómicas se han recodificado con el valor "0".

VARIABLES

Asistir a una manifestación (P11_2)
 Participar en una huelga (P11_3)
 Participar en actividades ilegales de protesta (cortar el tráfico, ocupar edificios, encadenarse, etc.) (P11_4)
 Comprar ciertos productos por razones políticas (P11_5)
 Dejar de comprar o boicotear ciertos productos por razones políticas (P11_6)
 Asistir a una reunión política o mitin (P11_9)
 Es miembro/Participa activamente en un partido político (P13_1)
 Ser miembro/participar activamente en un sindicato (P13_2)
 Ser miembro/participar activamente en un colegio profesional o una asociación de empresarios (P13_3)
 Ser miembro/participar activamente en una asociación pacifista, ecologista, de comercio justo, de derechos humanos (Intermón, SOS Racismo, etc.) (P13_6)
 Ser miembro/participar activamente en otro tipo de asociación voluntaria (asociaciones de padres y madres, asociaciones de vecinos) (P13_8)
 Participación en las últimas elecciones (P42)
 Abstención como forma de protesta (P43)

Tabla 20: Variables del estudio 2736 inherentes la participación política offline.

Finalmente, para el análisis en cuestión, cabe destacar que todos los ítems de la variable P11 han sido utilizados dos veces en el cuestionario, refiriéndose a dos nexos temporales distintos: por un lado la pregunta P1101-09, que se refiere a *actos de movilización política en el último año* y, por otro, la pregunta P1101-09A inherente a *actos de movilización política en un pasado más lejano*. Por esta razón, se ha decidido fusionar las dos preguntas en una única variable y asignando nuevas puntuaciones según la siguiente lógica: (4) en caso de que el sujeto haya contestado afirmativamente a ambas preguntas; (3) en caso de respuesta afirmativa en P11 y negativa en P11a; (2) en caso de respuesta afirmativa en P11a y negativa en P11. En caso de respuesta negativa para ambas variables la puntuación asignada ha sido (0).

Según los datos presentados en la tabla 13, el índice de adecuación muestral KMO tiene un valor próximo al 1. Esto nos informa de que las correlaciones parciales entre las variables son suficientemente pequeñas para permitir la realización de un análisis

factorial. Además, el determinante de la matriz de correlaciones es suficientemente bajo como para poder indicar intercorrelación entre las variables introducidas en el análisis.

Determinante	0,072
Índice de Kaiser-Meyer-Olkin	0,827

Tabla 21: pruebas de adecuación del análisis factorial a la matriz de la correlaciones (participación política offline).

En la siguiente tabla se puede observar que el test de esfericidad de Bartlett resulta significativo, lo cual excluye que la matriz de correlaciones entre las variables se aproxime a la matriz identidad.

Chi2	4980,834
Gdl	120
Sig.	0,000

Tabla 22: Test de esfericidad de Bartlett (participación política offline).

El índice KMO y el test de esfericidad nos informan del hecho de que es lícito seguir con la factorización de las matrices de varianza y covarianza.

También en este caso el *Parallel Test* ha indicado una solución a tres factores, en lugar de cuatro. Éstos explican globalmente el 40,46% de la varianza de las variables introducidas. El primer factor explica, él solo, el 23,78% de la varianza, mientras que los factores 2 y 3 explican respectivamente el 8,8% y el 7,86%.

A falta de un índice de ajuste del modelo, el análisis de los residuos nos informa del hecho de que más del 10% tiene un $\alpha > 0,05$, superando el umbral crítico indicado por Harman (1980). Es razonable pensar que esto sea debido a la naturaleza no numérica de las variables introducidas en el modelo.

A continuación se presenta la tabla con los componentes rotados que ha servido para la interpretación de los factores:

Variables	Componentes		
	1	2	3
Comprar ciertos productos por razones políticas	0,822		
Dejar de comprar o boicotear ciertos productos por razones políticas	0,821		
Es miembro/Participa activamente en una asociación pacifista, ecologista, de comercio justo, de derechos humanos	0,479		
Participar en una huelga		0,759	
Participar en actividades ilegales de protesta (ocupación)		0,669	
Asistir a una manifestación		0,636	
Es miembro/Participa activamente en un sindicato		0,403	
Es miembro/Participa activamente en un partido político			0,636
Es miembro/Participa activamente en otro tipo de asociación voluntaria (asociación de vecinos)			0,540
Asistir a una reunión política o mitin			0,523
Es miembro/Participa activamente en un colegio profesional o una asociación de empresarios			0,520
Participación en las últimas elecciones			0,478
Abstención como forma de protesta			-0,293

Tabla 23: Componentes rotados del análisis sobre participación política offline. Elaboración propia a partir de los datos del Estudio 2736 del CIS.

Tal y como observamos, contamos con tres grandes factores que recogen la heterogeneidad de las prácticas políticas descritas por la literatura de participación política. En un primer factor están inscritas aquellas prácticas representativas de nuevas formas de participación política. En este factor, encontramos, en primer lugar, dos prácticas políticas recogidas bajo el nombre de consumerismo (Michelletti, 2003): comprar y boicotear determinados productos por razones políticas (P11_5 y P11_6). En segundo lugar, en este factor se encuentran recogidas dos prácticas, donar dinero y firmar una petición en una recogida de firmas (P11_8 y P11_11) que son identificadas por la literatura clásica como formas convencionales de participación (Verba and Nie, 1972; Verba et al., 1987).

Sin embargo, en el contexto sociopolítico español, la donación de dinero y la petición de firmas son prácticas estrechamente relacionadas con actividades puntuales e individuales orientadas a fines benéficos o altruistas. Es, en este sentido, que se

distancian de las características convencionales y tradicionales de la firma de peticiones y la donación de dinero vinculadas fundamentalmente a la donación de dinero para las campañas electorales o las peticiones de firmas para fines instrumentales. Finalmente, este factor recoge la variable que mide la pertenecía a una organización pacifista (P13_6), ecologista, de comercio justo o de defensa de los derechos humanos. Es decir, todos ellos ejemplos de Nuevos Movimientos Sociales (Laraña, Johnston y Gusfield, 2004). Tal y como se discutirá más adelante, diversos autores han identificado un conjunto de características presentes en estos dos tipos de participación política que, dada su peculiaridad, permiten definirlas como innovadoras. Dadas estas circunstancias, denominaremos a este factor de forma descriptiva *“Nuevas formas de participación política no convencional”*.

El segundo factor agrupa un conjunto de actividades relacionadas con la protesta ciudadana. Barnes y Kaase (1979) califican a este tipo de prácticas como actividades políticas no-convencionales en oposición a aquellas enmarcadas dentro del ámbito institucional u organizacional. En nuestro análisis, participar en una huelga (P11_3), participar en actividades ilegales de protesta (P11_4) o asistir a una manifestación (P11_2), todas ellas actividades consideradas por la teoría como ejemplos de prácticas no-convencionales, se han agrupado juntas. Es, por este motivo que llamamos a este factor *“Participación política no convencional”*. Encontramos en este factor una excepción a esta línea de argumentación; la variable “Ser miembro/participar activamente en un sindicato” (P13_2), aunque presentando puntuaciones muy bajas. Se trata de una práctica política definida por la pertenencia a una organización y que, por lo tanto, queda fuera de la definición de prácticas políticas no-convencionales. Sin embargo, mirando los índices de saturación es posible ver cómo éstos presentan

puntuaciones cercanas en el factor 2 y en el factor 3 para esta variable. Esto implicaría la posibilidad de incluirlo en ambos factores.

El tercer factor está constituido por actividades que o bien representan prácticas políticas relacionadas con las campañas electorales o bien implican una relación con alguna institución u organización política, social o económica. Es decir, se trata de un tipo de participación electoral y organizativa. De esta forma, este tercer factor recoge un espectro de prácticas políticas reconocidas en los trabajos pioneros de Verba y Nie (1972) y de Verba, Nie y Kim (1978). Es decir, por una parte, prácticas electorales como asistir a un mitin político (P11_9), participar en las últimas elecciones (P42) o abstenerse como forma de protesta (P43), que influyen negativamente, y que presentan un alto carácter institucional. Por otra parte, actividades políticas como ser miembro de una asociación voluntaria (P13_8), de una organización profesional (P13_3) o miembro de un partido político (P13_1) definidas por los autores como no institucionales. Sin embargo, todas ellas pueden ser recogidas por la tipología propuesta por Barnes y Kaase (1979) como “*participación política convencional*”. Este será el nombre que recibirá el tercer factor.

Habilidades digitales

Las habilidades digitales se definen como las competencias y el nivel de apropiación de la herramienta que caracterizan a las personas que utilizan Internet (Freese et al., 2006). Los estudiosos de la brecha digital de segundo nivel han medido dichos aspectos de las habilidades digitales de forma indirecta, a través de la variedad de usos de Internet y de los contextos de uso que caracterizan el internauta (Hargittai, 2008).

Los contextos de uso permiten medir en qué medida el usuario de Internet se ha apropiado de esta herramienta y la ha integrado en su vida cotidiana (Stern et al., 2009). Según los autores, el nivel de apropiación de la herramienta es directamente proporcional a los años de utilización de Internet (Howard et al., 2001), a la frecuencia de conexión a Internet (Livingstone and Helsper, 2007), a la pluralidad de lugares de conexión (Hassani, 2006) y al hecho de desempeñar tareas laborales que implican el uso de Internet (Goss and Phillips, 2002). Para medir los contextos de uso, además, se utilizarán la frecuencia de uso y los años de utilización de Internet, la cantidad de lugares de conexión y la necesidad de utilizar Internet en el trabajo (DiMaggio and Bonikowski, 2008; Stern et al., 2009; Hargittai, 2010).

El otro indicador de habilidades digitales, la variedad de usos de Internet, ha sido interpretado por algunos autores como un índice de competencia en el manejo de la herramienta. Así, Krueger (2002) construyó un índice formado por seis ítems diferentes con el objeto de medir la destreza en el uso de Internet. Los ítems de este índice fueron: crear una página web, poner marca de lectura a una página web, encontrar noticias por Internet, enviar un adjunto por e-mail, enviar un e-mail seguro y haber utilizado una firma electrónica. Pese al amplio uso y a la alta fiabilidad de esta escala, otros autores han criticado su escasa capacidad para distinguir entre los distintos niveles de competencia. Según van Dijk (Van Dijk, 2005; van Dijk, 2006) los usos relacionados con la información, la educación, la comunicación y el trabajo, representan niveles de destreza mayores que los usos relacionados con el entretenimiento o el consumo. Igualmente, se ha demostrado que usos concretos de Internet, como por ejemplo el e-banking o el e-commerce, no sólo son índices indirectos de un alto nivel de destreza (Brandtweiner et al., 2010), sino que también representan un elevado nivel de confianza en esta herramienta (Udo, 2001; Centeno, 2004; Mutz, 2005; Mutz, 2009).

Todos estos indicadores, presentes en el estudio 2736, han sido utilizados para el análisis factorial y están resumidas en la tabla 3. Se añaden otros dos usos de Internet no incluidos en el índice de Krueger (2002), es decir el e-commerce y el e-banking

VARIABLES
Conocimientos informáticos necesarios para trabajar (P16)
Años desde que utiliza internet (P20)
Cantidad de lugares de conexión (P21)
Frecuencia de conexión (P22)
Buscar información (P23_A)
Comprar algún producto o servicio (P23_B)
Realizar gestiones bancarias (P23_C)
Utilizar el correo electrónico (P23_D)
Intervenir en chats o foros (P23_E)
Llamar a través de Internet (P23_F)
Descargar archivos (P23_G)
Mantener su blog o pagina web (P23_H)
Navegar sin objetivo concreto (P23_I)

Tabla 24: Variables del estudio 2736 que miden las habilidades digitales.

Según los datos presentados en la tabla 17, el índice de adecuación muestral KMO tiene un valor próximo al 1. Además, el determinante de la matriz de correlaciones es suficientemente bajo como para poder indicar intercorrelación entre las variables introducidas en el análisis.

Determinante	0,065
Índice de Kaiser-Meyer-Olkin	0,833

Tabla 25: pruebas de adecuación del análisis factorial a la matriz de la correlaciones (habilidades digitales).

Chi2	3228,740
Gdl	78
Sig.	0,000

Tabla 26: Pruebas de adecuación del análisis factorial a la matriz de correlaciones (habilidades digitales).

También se puede observar que el test de esfericidad de Bartlett resulta significativo, lo cual excluye que la matriz de correlaciones entre las variables se aproxime a la matriz identidad.

Todos estos índices nos informan del hecho de que es lícito seguir con la factorización de las matrices de varianza y covarianza.

Utilizando la regla de Keiser, la solución final debería incluir tres factores, llegando a explicar el 43,16% de la varianza. Sin embargo, el *Parallel Test* destacó la no necesidad de inclusión del tercer factor. De este modo, se ha decidido tomar en cuenta, para la interpretación, sólo los primeros dos factores que explican globalmente el 35% de la varianza de las variables introducidas. El primer factor explica, él solo, el 19,14% de la varianza, mientras que el segundo factor explica el 15,87%.

El análisis de los residuos nos informa del hecho de que más del 10% tiene un $\alpha > 0,05$, superando el umbral crítico indicado por (Harman, 1980). Es razonable pensar que esto sea debido a la naturaleza no numérica de las variables introducidas en el modelo

En la tabla 19 se encuentran los resultados del análisis factorial. Las variables que inciden en el primer factor son “Años desde que utiliza Internet” (P20), “Conocimientos informáticos necesarios para trabajar” (P16), “Realizar gestiones bancarias” (P23_3), “Cantidad de lugares de conexión” (P21), “Frecuencia de conexión” (P22) y “Comprar algún producto o servicio” (P23_2). A puntuaciones altas en este factor, corresponden sujetos que llevan muchos años utilizando Internet, con una frecuencia de uso elevada y conectándose desde múltiple lugares. Finalmente, estos sujetos suelen necesitar, para el desempeño de sus tareas laborales, de un elevado nivel de competencia en el uso de Internet. Como se puede ver, en este factor se han unido todas las variables que miden los distintos contextos de uso de Internet (Hargittai y Walejko, 2008). Tal y como han evidenciado los estudios sobre brecha digital de segundo nivel, estas variables indican elevados niveles de apropiación de la herramienta por parte del internauta (Howard et al. 2001), de autonomía de uso (Hassani, 2006) y, finalmente, de versatilidad de uso (Peter y Walkeburg, 2006). También participan en este factor las variables “Realizar

gestiones bancarias” y “Comprar algún producto o servicio”, que miden la puesta en marcha de estos dos usos de internet. Según Udo (2001) y Mutz (2009; Mutz, 2005), este tipo de usos de Internet indicarían un nivel de confianza en la herramienta típico de los internautas de larga duración, más que elevados niveles de *Internet proficiency*. Según Howard et al. (2001), todo este conjunto de indicadores, es decir, los contextos de uso junto con el e-banking y el e-commerce, permiten construir una tipología de usuarios, basada en el *expertise* del internauta, y que se articula en cuatro categorías distintas: *Netizens*, *Utilitarians*, *Experimenters* y *Newcomers*. Los primeros llevan utilizando internet desde hace más de tres años. Se conectan a diario y a menudo desde lugares diferentes, no solo desde el trabajo. Por esta razón, el factor se ha interpretado como “*Internet expertise*”. Con *Internet expertise*, entendemos aquí el hecho de que, el tiempo, la frecuencia *t*, la cantidad de lugares de uso de Internet, han hecho que la herramienta sea parte de la vida cotidiana del internauta.

Variables	Componentes	
	1	2
Años desde que utiliza internet	0,696	
Conocimientos informáticos necesarios para trabajar	0,690	
Realizar gestiones bancarias	0,629	
Cantidad de lugares de conexión	0,575	
Frecuencia de conexión	0,558	
Comprar algún producto o servicio	0,505	
Intervenir en chats o foros		0,652
Descargar archivos		0,636
Navegar sin objetivo concreto		0,613
Utilizar el correo electrónico		0,456
Mantener su blog o pagina web		0,413
Llamar a través de Internet		0,354
Buscar información		0,195

Tabla 27: Componentes rotados del análisis sobre habilidades digitales. Elaboración propia a partir de los datos del Estudio 2736 del CIS.

El segundo factor incluye las variables “Intervenir en chats o foros” (P23_5), “Descargar archivos” (23_7), “Navegar sin objetivo concreto” (P23_9), “Utilizar el correo electrónico” (P23_4), “Mantener su blog o pagina web” (P23_8), “Llamar a

través de Internet” (P23_6) y “Buscar información” (P23_1). Todos estos son indicadores de la variedad de usos de internet (Anduiuza et al., 2010b). Krueger (2002) y Best y Krueger (2005), han utilizado la variedad de usos de Internet como índice para medir el *Internet proficiency*, obteniendo en este sentido resultados prometedores. Por otro lado, autores como van Dijk (2006), han planteado una diferenciación entre los usos de información y los de entretenimiento debida al hecho de que detrás de los primeros hay elevados niveles de *Internet proficiency*. Los resultados de este análisis factorial, no destacando una diferenciación entre usos, son más coherentes con la primera opción. Todas estas consideraciones nos han llevado a interpretar el segundo factor como “*Internet proficiency*”. Por las razones expuestas en la descripción del primer factor, se considera que la ausencia del e-banking y el e-commerce dentro de la variedad de usos es coherente con esta interpretación del factor.

Análisis de regresión

También en este caso, los resultados se presentarán por separado por cada modelo de regresión implementado, según el factor cuya influencia se haya querido estimar.

Actitudes políticas

Este modelo de regresión se ha implementado "por pasos", generando dos bloques de variables. El primero, compuesto por las variables socio-demográficas de control, y el tercero por los tres factores. La inclusión de las variables en el modelo por "bloques" permite destacar el porcentaje de varianza de la variable dependiente explicada por cada uno de los bloques.

Modelo	R	R ²	R ² corregida	Cambio en R ²
1	,210 ^a	,044	,042	,044
2	,429 ^b	,184	,181	,140

Tabla 28: Valores de resumen del análisis de regresión múltiple (Actitudes políticas)

Es posible ver cómo el segundo bloque, compuesto por las variables actitudinales explica el 14% de la participación política digital.

Cabe también mencionar que el análisis Anova destaca el aumento de los valores F al añadir las dos variables del último modelo de regresión. Dichos valores pasan del 16,547 del primer modelo ($p < 0,001$) al 53,821 del segundo modelo ($p < 0,001$). También en este caso, el hecho de añadir al modelo los factores lo hace más preciso en la predicción de la variable dependiente. Estos resultados informan de que las actitudes permiten predecir los comportamientos de participación política digital.

Variables	B	S.E.	Beta
Modelo 1			
(Constante)	,499	,180	
Ideología	-,079	,015	-,114***
Estudios	,057	,019	,064**
Estatus	,056	,021	,058*
Confianza en la gente	,084	,014	,132***
Sexo	-,071	,054	-,028
Edad	-,001	,003	-,011
Modelo 2			
(Constante)	,739	,170	
Ideología	-,052	,014	-,075***
Estudios	,039	,017	,044
Estatus	,043	,019	,045
Confianza en la gente	,051	,013	,080***
Sexo	,066	,051	,026
Edad	-,010	,002	-,079***
<i>Confianza hacia las instituciones</i>	,020	,027	-,015
<i>Normas de ciudadanía</i>	,002	,027	-,002
<i>Implicación psicológica en la política</i>	,508	,027	,396***

Tabla 29: Coeficientes del modelo de regresión (Actitudes políticas)

Tal y como queda descrito en la tabla 21, todas las variables escogidas para medir los niveles micro y macro-social del sujeto han resultado ser significativas en el primer bloque. En el segundo bloque las variables “Estatus” y “Estudio” dejan de ser significativas, posiblemente porque la varianza de que daban cuenta esté explicada por las variables actitudinales introducidas en el segundo bloque. De estas, sólo la *IPP* es significativa. Este resultado podría estar indicando la presencia de una mediación del efecto de las variables CHI y NDC por parte de la variable IPP. Dicha mediación confirmaría la visión presentada en los modelos de explicación de las conductas políticas de corte psicosociológico.

Mediación

Como se ha dicho anteriormente, los modelos psicosociológicos de explicación de la conducta política plantean una diferencia cualitativa entre estos constructos. Dichos

modelos plantean una influencia directa del núcleo evaluativo-actitudinal sobre la acción política (Caprara and Zimbardo, 2004). A la vez, asignan a las creencias políticas el rol de influenciar la IPP (Valencia, 1990; Cohen et al., 2001; Ajzen and Fishbein, 2000).

Este trabajo se apoya en esta última perspectiva. Consideramos que, si bien el núcleo evaluativo-actitudinal, en cuanto estado de activación e implicación hacia la política en general, tiene una conformación constante, las creencias y los valores políticos son cambiantes y toman formas diferentes, porque cambiantes y diferentes son las maneras con las que los individuos interpretan y explican, o no explican, la realidad política que les rodea (Rohan, 2000; Conover and Feldman, 1984). Así pues, según el tipo de creencia o valor político que es más afín al sujeto, se generarían perfiles diferentes de activación de la IPP, o de no implicación, y, consecuentemente, diferentes perfiles de participación política o de no participación (Caprara y Zimbardo; 2004). En consecuencia, demostrar esta diferencia cualitativa entre constructos abriría el camino al estudio de las creencias políticas que, de forma exclusiva y peculiar, facilitarían las conductas de participación política digital.

Para aportar elementos empíricos a favor de la diferenciación entre diferentes elementos actitudinales que planteamos en este trabajo, recurriremos a los modelos de mediación propuestos por Baron y Kenny (1986). En términos generales, esta herramienta prevé que se satisfagan cuatro condiciones: 1) un efecto de la variable independiente (NDC o CHI) sobre la variable dependiente (participación política digital), 2) un efecto de la variable independiente (NDC o CHI) sobre el mediador (participación política digital), 3) el efecto del mediador (IPP) sobre la variable dependiente (participación política digital), controlando por la independiente, y 4) el efecto de la variable independiente (NDC o CHI) sobre la variable dependiente (participación política digital) debe ser

menor, en valor absoluto, que el efecto global del tratamiento cuando se incluye el mediador (IPP). En cuanto a la cuarta condición, estaríamos en presencia de una mediación completa si el efecto del tratamiento no es significativo, mientras que hay mediación parcial si el efecto se reduce significativamente. Se testaron dos modelos de mediación distintos.

En la tabla 22 se presentan los estadísticos descriptivos y los coeficientes de regresión del primer modelo¹⁰.

De acuerdo con lo esperado con el primer paso del modelo de mediación, las NDC se relacionan significativamente con los comportamientos de participación política digital ($\beta = 0,076$; $p < 0,01$). En línea con lo esperado en el paso 2, las NDC se relacionan con la IPP ($\beta = 0,165$; $p < 0,01$).

Variables	B	Error típ.	Beta	R ²
PASO 1				
<i>Confianza hacia las instituciones</i>	,081	,028	,064**	,045
PASO 2				
<i>Confianza hacia las instituciones</i>	,200	,021	,201***	,127
PASO 3				
<i>Confianza hacia las instituciones</i>	-,020	,026	-,016	,181
<i>Implicación psicológica en la política</i>	,508	,027	,396***	

Tabla 30: Coeficientes de regresión del primer modelo de mediación

Finalmente, al introducir la IPP en la ecuación de regresión, el coeficiente de la variable independiente, NDC ($\beta = -0,07$; $p > 0,10$), deja de ser significativo para la participación política digital. En conjunto, los resultados nos permiten afirmar la existencia de un efecto de mediación IPP¹¹.

¹⁰ Aunque, por razones de espacio, no se presentan todos los coeficientes, cabe destacar que las regresiones se han implementado manteniendo todas las demás variables del anterior modelo de regresión múltiple. Éstas, que han servido de variables de control, han sido introducidas en un primer bloque de variables independientes.

¹¹ Los análisis de correlación bivariada, cuyos resultados no se incluyen por razones de espacio, respaldan esta afirmación

Variables	B	Error típ.	Beta	R ²
PASO 1				
<i>Normas de ciudadanía</i>	,076	,028	,059**	,047
PASO 2				
<i>Normas de ciudadanía</i>	,165	,021	,165***	,115
PASO 3				
<i>Normas de ciudadanía</i>	-,007	,026	-,006	,184
<i>Implicación psicológica en la política</i>	0,505	,027	,394***	

Tabla 31: Coeficientes de regresión del segundo modelo de mediación

Respecto al primer paso del segundo modelo de mediación testado, como muestran las Tablas 7 y 8, la variable independiente CHI se relaciona de forma significativa con la variable participación política digital ($\beta=0,081$; $p<0,01$). Del mismo modo, testando el segundo paso, la CHI se relaciona de forma significativa con la IPP ($\beta=0,200$; $p<0,01$). Por último, la IPP, una volta introducida en el modelo de regresión múltiple junto con la variable independiente, es decir la CHI ($\beta=-0,020$, $p >0,10$), hace que el coeficiente de regresión de esta ultima deje de ser significativo para la participación política digital. Queda así demostrada empíricamente la mediación, operada por la variable IPP, sobre la relación entre CHI y participación política digital.

Participación política offline

La inclusión de variables en el modelo se ha realizado en tres pasos. Después de las variables nivel de estudios, el sexo, la edad y el estatus socio-económico se han introducido las variables políticas de control y, finalmente, en el tercer paso se han introducido los tres factores. Cada uno de ellos ha resultado ser significativo en el modelo. A continuación se presentan los valores de resumen del modelo de regresión

Modelo	R	R²	R² corregido	Cambio en R²
1	0,348	0,121	0,119	0,121
2	0,411	0,169	0,165	0,048
3	0,547	0,299	0,294	0,130

Tabla 32: Valores de resumen del análisis de regresión múltiple (Participación política offline).

La correlación es positiva, llegando a 0,547 en el caso del tercer modelo. Observando los cambios en el R cuadrado, es posible destacar cómo los tres factores explican por sí solos el 13% de la varianza de la variable dependiente. Este valor nos indica que las tres variables permiten predecir de forma importante la participación política digital. También se destaca que el conjunto de las variables socio-demográficas de control aporta en total un aumento poco mayor al 4% de la varianza explicada, mientras que las variables políticas de control aportan al modelo un 12% de varianza explicada de la participación política digital.

Cabe también mencionar que el análisis Anova destaca el bajarse de los valores F a medida que se han ido añadiendo las variables en el modelo. Dichos valores pasan del 201,27 del primer modelo ($p < 0,001$) al 108,07 del quinto modelo ($p < 0,001$). Esto implica que, añadiendo al modelo las variables socio-demográficas de control, éste se vuelve menos preciso en predecir la variable dependiente (Field, 2005). A continuación se presentan los coeficientes:

Variables	B	S.E.	Beta
Modelo 1			
(Constante)	-.247	.155	
Interés en la política	.748	.069	.272*** ¹²
Confianza en la gente	.065	.016	.099***
Confianza en las instituciones	.001	.003	.007
Autoeficacia política	.039	.010	.096***
Autoubicación ideológica	-,009	,027	-,008
Modelo 2			
(Constante)	-.818	.206	
Interés en la política	.625	.070	.227***
Confianza en la gente	.048	.016	.073**
Confianza en las instituciones	.002	.003	.012
Autoeficacia política	.036	.010	.089***
Autoubicación ideológica	-,004	,026	-,003
Nivel de estudios	.157	.025	.171***
Estatus socio-económico	.088	.027	.088**
Edad	-.003	.003	-.027
Modelo 3			
(Constante)	.355	.205	
Interés en la política	.310	.067	.113***
Confianza en la gente	.029	.015	.044
Confianza en las instituciones	.000	.003	.002
Autoeficacia política	.010	.009	.025
Autoubicación ideológica	,025	,024	,021
Nivel de estudios	.133	.023	.144***
Estatus socio-económico	.058	.025	.059
Edad	-.010	.002	-.092***
<i>Nuevas formas de participación política no convencional</i>	.357	.030	.268***
<i>Participación política no convencional</i>	.330	.030	.247***
<i>Participación política convencional</i>	.252	.031	,189***

Tabla 33: Coeficientes del modelo de regresión (Participación política offline)

Las variables sociodemográficas y políticas de control que han mantenido una influencia significativa sobre la dependiente en el tercer modelo son el interés por la política, el nivel de estudios y la edad. Las primeras dos mantienen una relación positiva con la participación política digital, mientras que la edad mantiene con la variable dependiente una relación negativa. Por otra parte, los tres tipos de participación política están positivamente relacionados con la participación política digital. Observando los

¹² ***p<0,001.

**p<0,005.

*p<0,01.

valores β de los factores es posible destacar que el mayor peso en el modelo final es la de la variable “Nuevas formas de participación política no convencional” ($\beta=0,268$), más de la “Participación política no-convencional” ($\beta=0,247$) y del “Participación política convencional” ($\beta=0,189$). La posición recíproca de los tres factores, en términos de coeficientes, se mantiene la misma desde el primer modelo: la introducción de las variables de control no ha modificado la relación entre las dimensiones extraídas por el análisis factorial y la participación política digital.

Se ha encontrado una relación positiva del Nivel de estudios y el estatus socio-económico, mientras que la edad y el hecho de ser mujer están relacionados de forma negativa.

Habilidades digitales

El análisis ha sido implementado tomando en consideración tres bloques de variables independientes. El primer bloque estaba formado exclusivamente por las variables sociodemográficas de control, tales como el estatus socio-económico y el nivel de estudios. No se ha introducido la variable “edad”, debido a su relación directa con la variable “Años desde que utiliza Internet”, que compone el factor 1. El segundo bloque de variables coincidió con las variables políticas de control clásicas, como el interés para la política, la confianza en las instituciones, la confianza en la gente y la auto-eficacia política. Finalmente, se han introducido, en un tercer bloque de variables, los factores extraídos por el anterior análisis. Este procedimiento nos ha permitido destacar el porcentaje de varianza de la participación política digital explicada por el *expertise* y la *proficiency* en el uso de Internet, una vez controlado el efecto de las variables sociodemográficas y políticas. A continuación se presentan los valores de resumen del modelo de regresión:

Modelo	R	R ²	R ² corregido	Cambio en R ²
1	0,287	0,082	0,081	0,082
2	0,421	0,178	0,174	0,095
3	0,528	0,279	0,275	0,101

Tabla 34: Valores de resumen del análisis de regresión múltiple (Habilidades digitales).

La correlación es positiva, llegando a 0,528 en el caso del tercer modelo. En total, este conjunto de variables permite explicar casi el 28% de la varianza de la participación política digital, destacando así una influencia considerable de las variables independientes sobre la variable dependiente. Observando los cambios en el R cuadrado, es posible destacar como los dos factores explican, ellos solos, el 10,1% de la varianza de la participación política digital. Confrontando este valor con los porcentajes de varianza explicada por los otros dos bloques, notamos como el incremento mayor es precisamente el de tercer modelo. Esto viene a decir que, controlando por las demás variables, los dos factores explican más que el conjunto de variables socio-demográficas o que el conjunto de variables políticas.

Cabe también mencionar que el análisis Anova destaca el aumento de los valores F al añadir los dos valores en el último modelo de regresión. Dichos valores pasan del 45,847 del primer modelo ($p < 0,001$) al 107,211 del tercer modelo ($p < 0,001$). Esto implica que, añadiendo al modelo los factores, este se vuelve más preciso en predecir la variable dependiente (Field, 2005). A continuación se presentan los coeficientes de regresión:

Variables	B	S.E.	Beta
Modelo 1			
(Constante)	-,055	,154	
Nivel de Estudios	,254	,023	,276***
Estatus Socio-Económico	,048	,025	,048
Modelo 2			
(Constante)	-1,045	,2	
Nivel de Estudios	,181	,022	,197
Estatus Socio-Económico	,039	,024	,039
Autoubicación ideológica	,013	,034	,010
Auto-eficacia Política	,031	,01	,076**
Confianza instituciones	0	,003	-,001
Interés para la política	,393	,038	,267***
Confianza Gente	,045	,016	,069*
Modelo 3			
(Constante)	-,635	,192	
Nivel de Estudios	,079	,023	,086**
Estatus Socio-Económico	,029	,022	,029
Autoubicación ideológica	,003	,032	,002
Auto-eficacia Política	,031	,009	,077**
Confianza instituciones	-,001	,003	-,008
Interés para la política	,348	,036	,237***
Confianza Gente	,035	,015	,054
<i>Internet expertise</i>	,327	,034	,248***
<i>Internet proficiency</i>	,315	,029	,240***

Tabla 35: Coeficientes del modelo de regresión (Habilidades digitales)

El tercer modelo destaca la significatividad de ambos factores, además de las variables de control “Interés por la política”, “Auto-eficacia Política” y “Nivel de estudios”. Las dos dimensiones que componen el constructo de las habilidades digitales están positivamente relacionadas con la participación política digital. Observando los valores β de los factores es posible destacar que el mayor peso en el modelo final es el de la variable “*Internet expertise*” ($\beta=0.248$), más del “*Internet proficiency*” ($\beta=0.240$).

También las variables “Interés por la política” ($\beta=0.237$), “Auto-eficacia Política” ($\beta=0.077$) y “Nivel de estudios” ($\beta=0.086$) mantienen una relación de influencia positiva con la variable dependiente.

MODELO DE ECUACIONES ESTRUCTURALES

Para poder explicar con mayor detalle la relación entre la participación política digital y sus tres factores de influencia, es decir, las actitudes políticas, la participación política tradicional y las habilidades digitales, se ha decidido testar un modelo de ecuaciones estructurales. Dichos modelos permiten estimar los efectos, las relaciones y la naturaleza de dichas relaciones entre múltiples variables. De esta manera, será posible describir la participación política digital también a través de las relaciones que mantiene con sus factores de influencia y que los factores mismos mantienen entre ellos. Consecuentemente será posible abarcar con mayor precisión la complejidad que caracteriza este fenómeno digital.

Un modelo de ecuaciones estructurales se compone de un modelo de medida y de un modelo de relaciones estructurales. El modelo de medida está compuesto por los indicadores que miden cada uno de los constructos que se quieren incluir en el modelo, los errores que afectan a las mediciones y las relaciones que se espera encontrar entre los constructos cuando éstos están relacionados entre sí. En este caso, los constructos coinciden, como ya hemos dicho, con las habilidades digitales, las actitudes políticas y la participación política offline. Cada uno de estos constructos se medirá a través de los factores extraídos por los análisis anteriores. A continuación se presenta una tabla de resumen, para poder observar qué indicadores corresponden a cada constructo. Como se ha podido ver, se ha decidido medir la participación política digital a través de dos escalas. La primera está compuesta por los ítems de la encuesta 2736 que miden la componente comunicativa de la participación política digital, como contactar con un político o con una asociación (P28_01, P28_02 y P28_03). Por otro lado, en la segunda escala inciden los ítems de la participación política digital inherentes la esfera fáctica,

como firmar una petición o enviar dinero para una campaña (P28_04, P28_05 y P28_06).

Constructo	Indicadores
<i>Participación política digital</i>	Aspecto comunicativo participación política digital Aspecto factico participación política digital
<i>Participación política offline</i>	<i>Nuevas formas de participación política no convencional</i> <i>Participación política no convencional</i> <i>Participación política convencional</i>
<i>Actitudes políticas</i>	<i>Implicación psicológica en la política</i> <i>Normas de ciudadanía</i> <i>Confianza hacia las instituciones</i>
<i>Habilidades digitales</i>	<i>Internet expertise</i> <i>Internet proficiency</i>

Tabla 36: Constructos e indicadores del modelo de ecuaciones estructurales.

Los indicadores escogidos para fijar las unidades de medida de los diferentes constructos introducidos en el modelo, y cuyos coeficientes de regresión han sido vinculados al valor 1, son: el Aspecto fáctico de la participación política digital, las *Nuevas formas de participación política no convencional*, la *Implicación psicológica en la política* y el *Internet expertise*.

En cuanto al modelo de relaciones estructurales, que es aquel que se estima a partir de las matrices de correlaciones entre variables, cabe decir que se compone de las relaciones y los efectos entre los constructos. Dichos constructos suelen ser, normalmente, variables latentes. A continuación, y en base a las indicaciones de la literatura sobre el tema, se describirá el modelo de relaciones estructurales que se testará en este trabajo.

Descripción del modelo

En primer lugar, se quiere comprobar una influencia directa de las formas offline de participación política sobre la participación política digital. Calenda y Mosca (2007)

plantean que la implicación de un internauta en diferentes formas de participación política hace más probable que también participe online. Además, parece ser que las prácticas de participación política digital serían más comunes entre los internautas que participan en formas no convencionales de participación respecto a los que se involucran en formas convencionales (Theocharis, 2011).

Otra relación de influencia directa sobre la participación política digital llega de las habilidades digitales. Diferentes autores han comprobado ya esta relación (Best y Krueger, 2005), aunque sin incluir conjuntamente los indicadores de los contextos de uso de Internet y de los diferentes posibles usos de la herramienta. En este trabajo, sí hemos recogido todos estos indicadores, ya que estaban incluidos en el estudio 2736. El análisis factorial correspondiente, ha destacado la presencia de dos sub-dimensiones que componen el constructo de las habilidades digitales: el *Internet expertise* y la competencia en el uso de Internet. Ambas se utilizarán como escalas de medición de las habilidades digitales para los análisis de ecuaciones estructurales.

También se quiere incluir una tercera y relación de influencia directa de las actitudes políticas sobre la participación política tradicional. Las investigaciones en este ámbito han aportado numerosas evidencias a favor de este tipo de relación (Abramson and Aldrich, 1982). El análisis factorial implementado sobre las variables del estudio 2736 que miden las actitudes políticas ha destacado la operacionalización de este constructo a través de tres sub-dimensiones. Éstas han sido interpretadas, en referencia a los estudios clásicos sobre actitudes políticas, como las *Normas de ciudadanía*, la *Confianza hacia las instituciones* y la *Implicación psicológica en la política* (Niemi et al., 1991a; Sniderman and Grob, 1996; Abramson and Aldrich, 1982; Verba et al., 1995). También se ha demostrado cómo, a nivel epistemológico, sólo la *implicación psicológica en la política* es realmente una actitud, mientras que las *Normas de ciudadanía* y la

Confianza hacia las instituciones son creencias y valores políticos. Se ha dicho también que esta diferencia abre el campo al estudio de las creencias y valores que influyen, de manera específica, sobre la participación política digital. De hecho, diferentes autores ya plantean el hecho de que, sobre este tipo de participación, influirían los valores y las creencias post-materialistas, más que los tradicionales (Theocharis, 2011). El estudio 2736 no incluye indicadores para medir estos constructos. Consecuentemente, las actitudes políticas, tal y como se han medido en el estudio 2736, sólo influyen en la participación tradicional de forma directa e influyen en la participación política digital de forma mediada, a través de la participación tradicional. Para poder demostrar esta afirmación, se han construido dos modelos anidados: el primero con el valor de la relación entre actitudes políticas y participación política digital fijado a 0. El segundo, con el mismo parámetro dejado libre de ser estimado. La comparación entre los índices de ajuste permitiría aclarar cuál de los dos modelos se ajusta mejor a los datos.

Conjuntamente, se analizan las relaciones entre habilidades digitales y los elementos que caracterizan la política tradicional, es decir las actitudes políticas y la participación política offline. Dichas relaciones se deben primariamente a la manera de medir las habilidades digitales: puesto que no existe una herramienta que permita medir directamente este constructo, se utilizan mediciones indirectas basadas en el tipo de uso de internet y el tiempo que a ello se dedica. La literatura destaca relaciones relevantes entre estas variables y las actitudes y participación política (Min, 2010).

Con respecto a la relación entre el uso de Internet y las actitudes políticas, numerosos autores plantean una relación positiva entre las dos variables mediada por el acceso a una mayor cantidad de información política (Tewksbury et al., 2001; Kenski and Stroud, 2006). Para encontrar información online, incluso de la de carácter político, se necesitan niveles adecuados de competencia en la búsqueda de información online

(Huang et al., 2009). Sin embargo, dicha información puede llegar al internauta también de forma involuntaria: navegando sin un objetivo es posible encontrar un enlace a una información de tipo social o político, o bien puede llegar un enlace a dicha noticia a través de correo electrónico o de las redes sociales (Best and Krueger, 2005). A pesar de la forma con la que llega, la información política tienen efectos positivos sobre las actitudes políticas que, a su vez, motivan la búsqueda de más información, cerrando así el círculo (Bimber, 2003). Por ello, se plantea aquí una correlación positiva entre las actitudes políticas y las habilidades digitales. Dicha correlación se testará en el modelo de ecuaciones estructurales.

También se plantea una correlación positiva entre las habilidades digitales y la participación política offline. La razón de esta relación reside en el hecho de que, detrás de ambos constructos, estarían las mismas variables de carácter socio-demográfico: el nivel de estudios y el estatus socio-económico. A más nivel de estudios y a más recursos coincidirían niveles de participación política y de manejo de la herramienta más altos. A estas conclusiones llegan los investigadores que se han ocupado de la brecha digital de segundo nivel, por un lado, y los autores que han estudiado la participación política offline, por otro (Brady et al., 1995; Mocnik and Sirec, 2010; Zillien and Hargittai, 2009; Goldfarb and Prince, 2008; van Deursen and van Dijk, 2010).

Resumiendo, el modelo que se testará en el presente trabajo está compuesto por las siguientes relaciones de influencia:

1. Habilidades digitales sobre participación política digital
2. Participación política offline sobre participación política digital
3. Actitudes políticas sobre la participación política offline

4. Actitudes políticas sobre participación política digital(libre de estimar)
5. Actitudes políticas sobre participación política digital(valor fijado a 0)

En cuanto a la relación entre constructos, en este modelo planteamos dos correlaciones: una entre las habilidades digitales y las actitudes políticas y la otra entre las habilidades digitales y la participación política offline. Ambas correlaciones son positivas.

A continuación, se presenta una tabla que recoge los acrónimos de las variables introducidas en el modelo y su significado, para mejor interpretar el modelo:

Acronimo	Descripción
PPD	Participación política digital
PPO	Participación política offline
AP	Actitudes políticas
HD	Habilidades digitales
CHI	<i>Confianza hacia las instituciones</i>
NDC	<i>Normas de ciudadanía</i>
IPP	<i>Implicación psicológica en la política</i>
IE	<i>Internet expertise</i>
IP	<i>Internet proficiency</i>
NFPPNC	<i>Nuevas formas de participación política no convencional</i>
PPNC	Participacion Politica no convencional
PPC	Participacion politica convencional
PPDCOM	Aspecto comunicativo participación política digital
PPDFAC	Aspecto factico participación política digital

Tabla 37: descripción de las variables presentes en el modelo de ecuaciones estructurales.

Los datos son los proporcionados por el estudio 2736. También en este caso se han utilizado sólo los internautas, llevando la muestra a 2169 sujetos. Para este análisis se han vuelto a calcular los factores previamente extraídos, para poder asignar puntuación también a los casos perdidos. El método de sustitución adoptado ha coincidido con la interpolación lineal en el punto.

También se presentan las representaciones gráficas de los dos modelos anidados que se testarán en este apartado. Uno prevé la estimación de la influencia directa de las actitudes sobre la participación política digital, y otro prevé que no haya influencia.

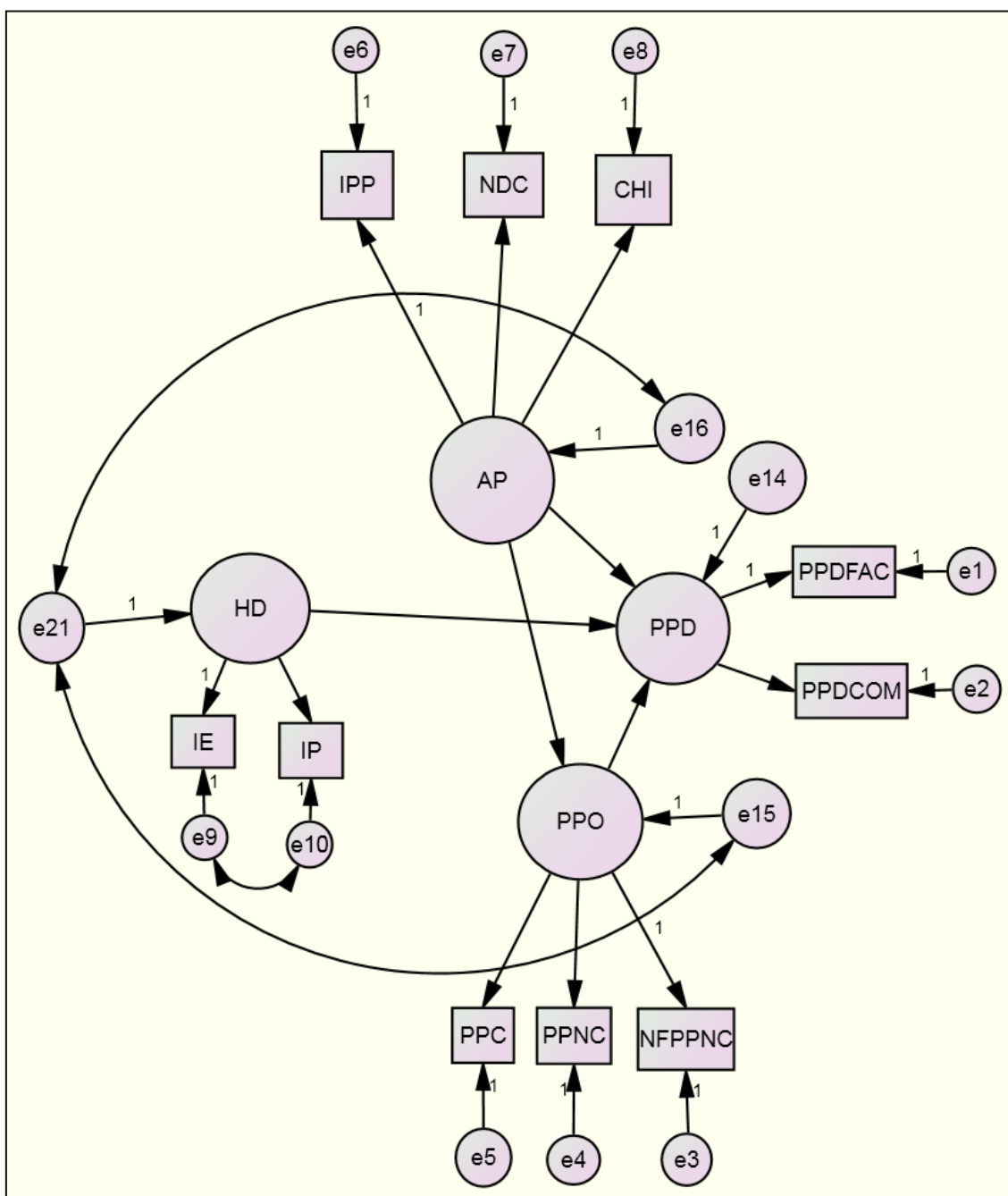


Figura 3: Modelo de ecuaciones estructurales n°1. Estimación libre de la relación entre actitudes y participación política digital: medición y relaciones.

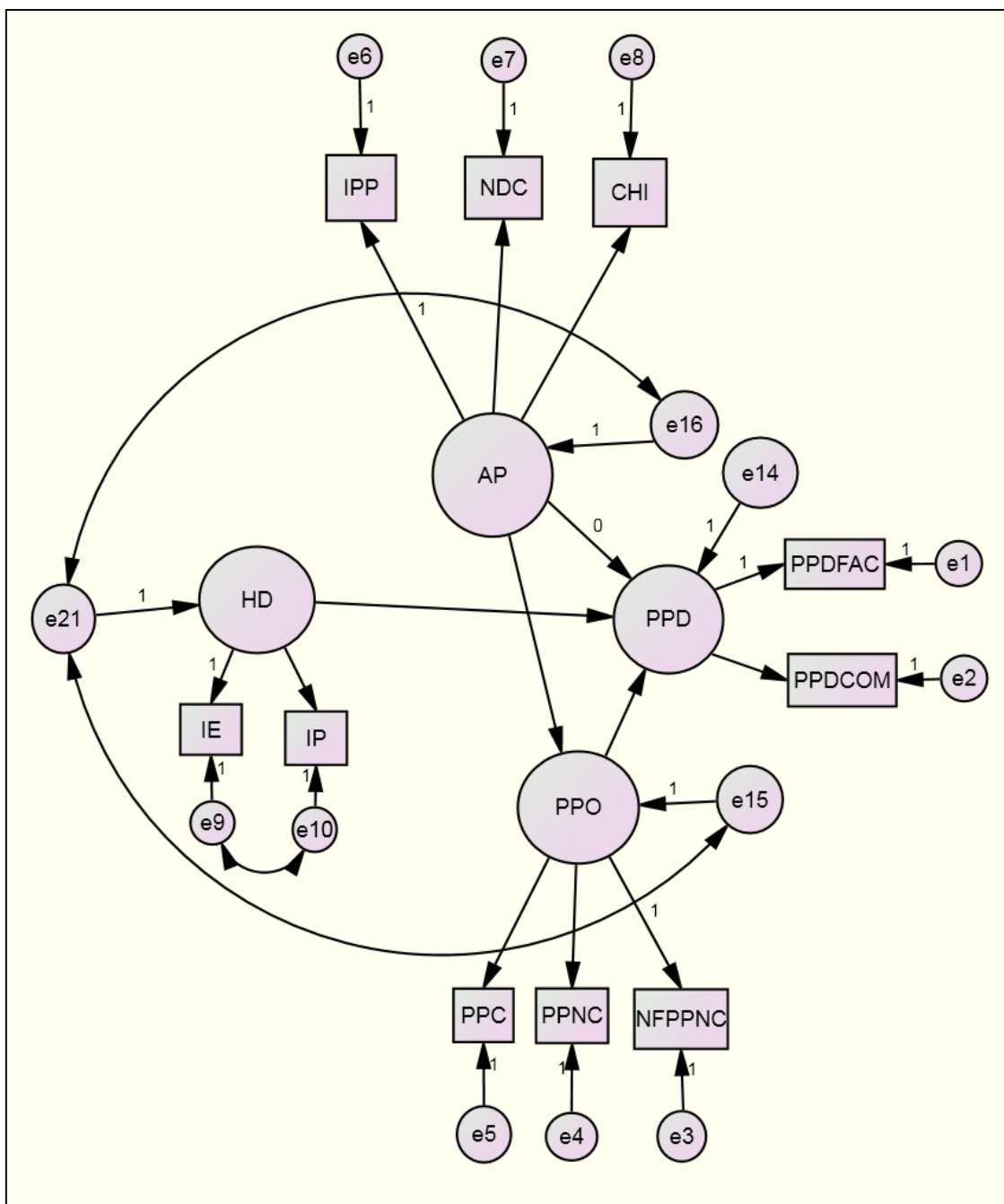


Figura 4: Modelo de ecuaciones estructurales n°2. Estimación de la relación entre actitudes y participación política digital vinculada a 0: medición y relaciones.

Resultados

A continuación se presentan los índices de ajuste del modelo y los criterios de exigencia para su ajuste (Ruiz et al., 2010).

Estadístico	Abreviatura	Criterio	Valor 1	Valor 2
Ajuste Comparativo				
Índice de bondad de ajuste comparativo	CFI	>0,9	0	0,936
Índice de Tucker-Lewis	TLI	>0,9	0	0,9
Índice de Ajuste normalizado	NFI	>0,9	0,678	0,929
Ajuste Normalizado				
NFI corregido por parsimonia	PNFI	Cerca de 1	0	0,6
Otros				
Índice de bondad de ajuste	GFI	>0,9	0,678	0,975
Índice de bondad de ajuste corregido	AGFI	>0,9	0,607	0,952
Raíz del residuo cuadrático medio	RMR	Cerca de 0	0,167	0,041
Raíz del residuo cuadrático medio estandarizado	ZRMR	<0,05	No	0,0452
Raíz de residuo cuadrático promedio de aproximación	RMSEA	<0,08	0,201	0,063

Tabla 38: Índices de ajuste de los modelos de ecuaciones estructurales.

Así pues, es posible destacar que los índices del primer modelo implementado están muy lejos de los valores de referencia. Incluso no se ha podido estimar la Raíz del residuo cuadrático medio estandarizado. Por otra parte, el segundo modelo cumple con las exigencias más estrictas de ajuste a los datos. Esto viene a decir que este modelo proporciona una representación muy realista de las relaciones entre las variables, en base a los datos proporcionados. Por lo tanto, se rechaza el primer modelo, en el cual se intentaba estimar la influencia de las actitudes políticas sobre la participación política digital, y se acepta el segundo. En términos más teóricos, esta decisión respaldaría la hipótesis según la cual las creencias y valores políticos tradicionales no influenciarían la participación política digital de forma directa. Para ello, se necesitarían creencias y valores más afines al ámbito digital como, por ejemplo, aquellos post-materialistas.

A continuación, se presentan los coeficientes de regresión del modelo:

			Índice	S.E.	P
PPO	<---	AP	0,271	0,02	***
PPD	<---	PPO	0,559	0,146	***
PPD	<---	HD	1,792	0,175	***
PPDFAC	<---	PPD	1		
PPDCOM	<---	PPD	0,786	0,03	***
NFPPNC	<---	PPO	1		
PPNC	<---	PPO	0,933	0,083	***
PPC	<---	PPO	0,96	0,084	***
IPP	<---	AP	1		
NDC	<---	AP	0,665	0,03	***
CHI	<---	AP	0,228	0,024	***
IE	<---	HD	1		
IP	<---	HD	0,499	0,061	***

Tabla 39: Coeficientes de regresión del modelo de ecuaciones estructurales.

Los primeros tres coeficientes conciernen las tres relaciones de influencia planteadas en el modelo. Es posible ver que las tres son positivas. Además, destaca cómo la relación de influencia de mayor magnitud es la que ejercen las habilidades digitales sobre la participación política digital (1,792). El índice más bajo, por otro lado, es el de la relación entre actitudes políticas y participación política offline (0,271).

A continuación se presenta el modelo con los índices, tanto de regresión como de correlación, calculados por el software¹³.

A partir de los índices incluidos en la ilustración 3, es posible señalar que la correlación entre habilidades digitales y participación política offline es de 0,04. Por otra parte, el índice de correlación entre habilidades digitales y actitudes políticas es de 0,24.

¹³ Amos Graphics (ver. 18)

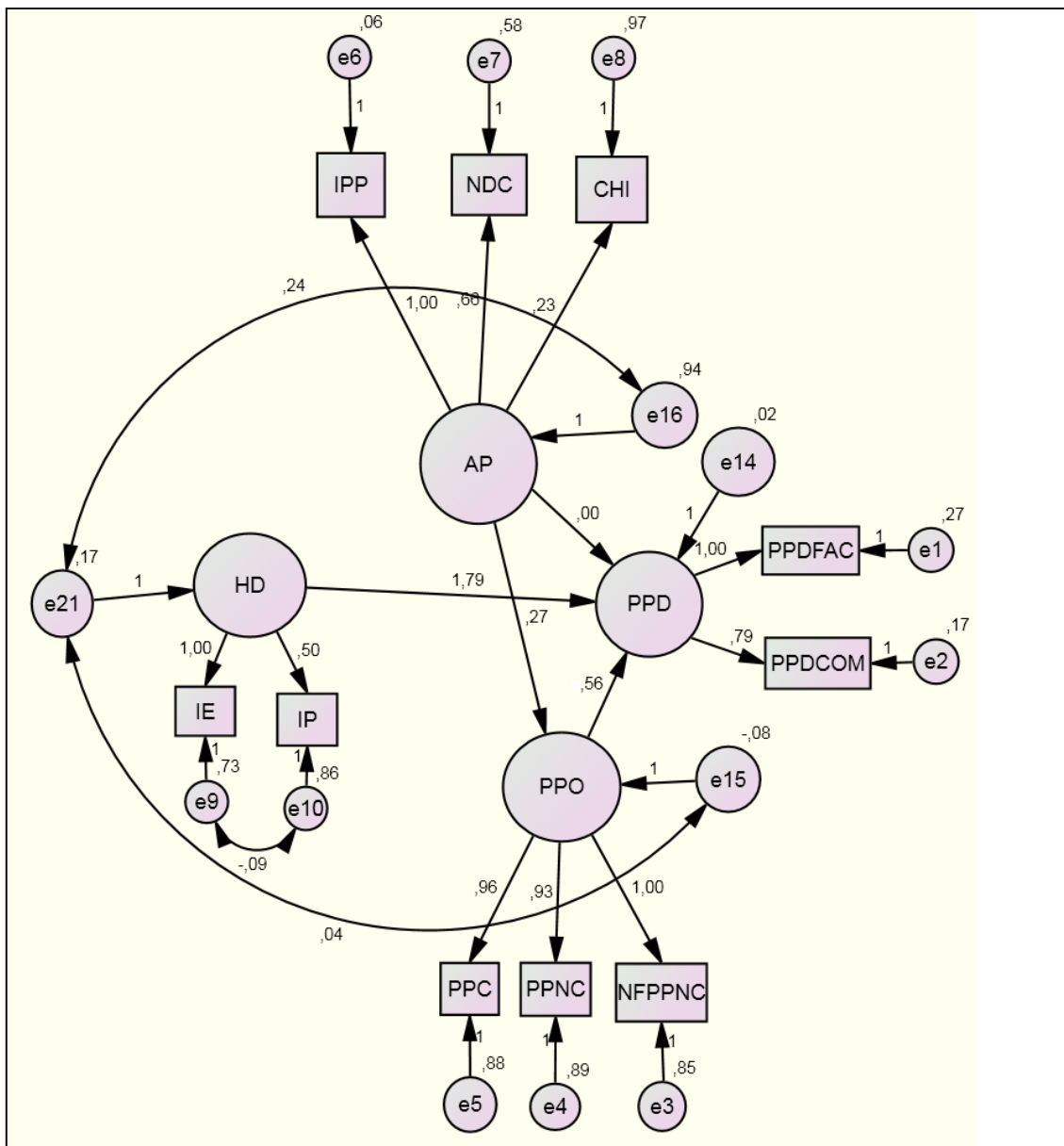


Figura 5: Modelo de ecuaciones estructurales e índices no estandarizados.

DISCUSIÓN

El objetivo de este apartado era lo de profundizar en la metodología de estudio del fenómeno de la brecha democrática. Para ello, siguiendo los recientes desarrollos investigativos sobre este objeto de estudio, se han estudiado los factores determinantes que están a la base de este fenómeno. Siguiendo los dictámenes de la sociología analítica (Noguera, 2010), se han investigado los factores de carácter individual que favorecen la adopción, por parte de los internautas, de uno de los usos políticos de internet cuya difusión entre la población española se ha estudiado en el apartado anterior. Entre los tres usos políticos analizados anteriormente, se ha escogido la participación política digital en cuanto que existen datos inherentes al caso español sobre sus factores determinantes. La participación política digital se ha definido de forma operativa en base a las categorías de acciones políticas que el ciudadano digital puede emprender a través de internet (Robles, 2008). Más en concreto, estas categorías se refieren a la defensa de derechos políticos o sociales en relación con la Administración pública o las empresas, a las formas de participación política digital que ya tienen un equivalente offline, y a las interacciones de carácter político entre ciudadanos.

Utilizando los datos del estudio 2736 del CIS (2007) se ha analizado la influencia de tres determinantes de la participación política digital: la participación política offline, las actitudes políticas y las habilidades digitales del entrevistado. El estudio de estos factores permitiría aclarar qué características de los internautas facilitan la adopción de prácticas de participación política digital.

Antes de ello, se ha observado, a través de un conjunto de análisis factoriales, la eventual presencia de dimensiones subyacentes a cada uno de los 3 factores determinantes tomados en consideración. Esto, con el objetivo de construir indicadores

complejos que permitieran resumir información utilizando un menor número de variables. Los resultados han destacado la existencia de, por lo menos, tres estilos participativos que caracterizan el constructo de la participación política offline: las *Nuevas formas de participación política no convencional*, la *Participación política no convencional* y la *participación política convencional*. También las actitudes políticas se componen, tal y como han sido medidas en el estudio 2736, de tres dimensiones subyacentes: la *implicación psicológica en la política*, las *normas de ciudadanía* y la *confianza hacia las instituciones*. Finalmente, los análisis factoriales han destacado la presencia de dos dimensiones que contribuyen en el constructo de las habilidades digitales: el *Internet expertise* y el *Internet proficiency*.

En un segundo momento, para proporcionar un método robusto de investigación de los mecanismos a la base de la brecha democrática, se ha testado la hipótesis de los sociólogos analíticos acerca de la mejor aproximación a los datos de los modelos complejos respecto a los modelos correlacionales. Para ello, se han comparado los resultados de 3 modelos de regresión múltiple con un modelo anidado de ecuaciones estructurales.

La variable dependiente ha coincidido, en todos los casos, con la participación política digital. Los 3 modelos de regresión lineal múltiple han destacado la influencia de cada uno de los tres constructos sobre la variable dependiente. Sin embargo, se destaca la influencia de las variables "*Nuevas formas de participación política no convencional*", "*Implicación psicológica en la política*" e "*Internet expertise*". Además, utilizando dos modelos de mediación, se ha evidenciado que las tres variables que componen el constructo de actitudes políticas se diferencian entre sí en base a la taxonomía propuesta por los modelos psicosociológicos de explicación de las conductas políticas (Fishbein and Ajzen, 1975): por un lado estarían las creencias y los valores políticos, que

coincidirían, respectivamente, con la *confianza hacia las instituciones* y con las *normas de ciudadanía*. Determinadas creencias y valores políticos generarían una disposición favorable o no hacia la participación política. Dicha disposición representa el núcleo evaluativo de la misma actitud (Caprara and Zimbardo, 2004), que en este caso coincidiría con la *implicación psicológica en la política*. Esta diferenciación cualitativa entre diferentes constructos abre la puerta al estudio de creencias y valores que influyen de forma específica a las actitudes hacia la participación política digital. En este trabajo se han recogido valores y creencias que, tradicionalmente, se han asociado a la participación tradicional y cuya influencia sobre ella está ampliamente demostrada (Zmerli et al., 2007). Por esta razón, para la implementación del modelo de ecuaciones estructurales, se ha planteado una influencia de las actitudes políticas sobre la participación política digital mediada por la participación política offline.

Dicho modelo se ha construido con el objetivo de estudiar la relación con la participación política digital de los tres factores de influencia tomados de forma conjunta. El modelo a testar incluye, además de la recién descrita relación de las actitudes mediada por la participación política offline, la influencia directa de las habilidades digitales (Min, 2010) y de la participación política offline (Calenda and Mosca, 2007) sobre la participación política digital. También se ha puesto a prueba la correlación entre habilidades digitales y actitudes políticas y entre habilidades digitales y participación política offline.

Los índices de ajuste del modelo de ecuaciones estructurales han resultado ser respetuosos con los criterios más exigentes descritos en la literatura. Esto implica que el modelo en sí es muy consistente y explica debidamente la relación entre variables tal y como están descritas en los datos utilizados. Finalmente destaca cómo todas las relaciones, tanto de influencia como de correlación, han resultado ser significativas y

positivas. También se ha podido observar que la influencia mayor sobre la participación política digital es la de las habilidades digitales.

Sin entrar en el mérito de consideraciones de orden teórico, que serán objeto del capítulo siguiente, los resultados obtenidos de los análisis implementados en este apartado permiten destacar, en primer lugar, la complejidad del fenómeno objeto de estudio. De momento, y en base a los datos analizados, se puede evidenciar que hay tres grandes constructos que influyen sobre la puesta en marcha de prácticas de participación política digital. La interacción misma entre estos tres constructos resulta ser de una naturaleza compleja y articulada, tal y como han evidenciado los resultados del modelo de ecuaciones estructurales. Dicha complejidad, no se hubiese podido comprender sin el uso de los modelos de ecuaciones estructurales. En segundo lugar, se destaca que el hecho de que las habilidades digitales tengan tanta influencia sobre la participación política digital genera un *continuum* entre este tipo de brecha y la brecha debida a las habilidades de los internautas en utilizar la herramienta. En tercer lugar, el hecho de que la influencia de las actitudes políticas tradicionales sobre la participación política digital esté mediado por la participación política offline, y que esto no se haya podido detectar en base a los modelos de regresión, implica que el método “correlacional” es impreciso a la hora de estudiar los mecanismos causales que están en la base de las conductas individuales. A la vez, esta influencia de carácter mediado implica la necesidad de incluir en el modelo creencias y valores más afines a este nuevo tipo de participación. La asociación de la participación política digital con las formas offline de participación, típica del enfoque politológico, ha obstaculizado, hasta el momento, un enfoque hacia el objeto de estudio que fuera orientado a destacar sus peculiaridades. Entre ellas, la influencia que sobre este tipo de prácticas tienen elementos que caracterizan el mismo medio en el que se desarrollan. Es el caso de las ya citadas habilidades digitales del

internauta, de los estímulos movilizadores electrónicos y del consumo de información política a través de internet (Best and Krueger, 2005; Shah et al., 2005). En este trabajo no se han podido incluir estos dos últimos factores de influencia, por no haber datos adecuados para utilizar en el modelo de ecuaciones estructurales.

Pese a esta falta, dicho modelo ha permitido aclarar un poco más los rasgos que caracterizan los sujetos que participan en este tipo de actividades y que van un poco más allá de las variables socio-demográficas descritas en el capítulo anterior. Ahora destaca que el ciudadano digital sea un internauta con particular predilección para nuevas formas de participación no convencional, como por ejemplo el boicot. También destaca una considerable activación de las actitudes favorables a la participación política y cierta experiencia en el manejo de la herramienta. Sin embargo, el elemento que más caracteriza el usuario de este tipo de prácticas es, como se acaba de decir, relativo al mundo digital: las habilidades en el manejo de la herramienta. Éstas resultan ser el primer factor de influencia a la hora de implementar conductas políticas digitales. Como se verá después, este elemento tiene un peso considerable en la creación de desigualdades políticas y, a la vez, en el potencial redimensionamiento de estas mismas desigualdades y de las que afectan al mundo "real".

5. CONCLUSIONES

La presente tesis doctoral ha tenido como objetivo principal proporcionar una perspectiva de investigación a un fenómeno emergente como es la relación entre política e internet.

Dentro de este fenómeno, en primer lugar se ha delimitado el objeto de estudio, concretándolo en los usos políticos de internet. En este ámbito destacan dos grandes corrientes: una de matiz politológico y otra de naturaleza sociológica. La primera ve en los usos políticos de internet un objeto de estudio válido sólo en la medida en que tengan algún efecto sobre el sistema político, favoreciendo el estudio de la participación de los internautas en prácticas políticas tradicionales. Esta perspectiva, que se fundamenta en la teoría de la elección racional (Amadae and Bueno de Mesquita, 1999), ha generado un conjunto de investigaciones empírica dirigidas a confirmar o rechazar la

teoría de la normalización (Margolis and Resnick, 2000). Según esta teoría el mundo digital no sería un espacio de apertura a nuevos actores políticos, sino una herramienta más en las manos de los actores políticos tradicionales. No obstante, los resultados de las investigaciones empíricas son extremadamente controvertidos, y no permiten ni respaldar ni rechazar esta teoría (Boulianne, 2009).

Por eso, frente al enfoque politológico, ese trabajo se ha servido de la perspectiva sociológica para el estudio de los usos políticos de internet. Según ésta, los usos políticos de internet deben de ser estudiados tomando la perspectiva del sujeto que los adopta. Así, dichos usos no sólo tendrían un valor en calidad de posibles promotores de cambios políticos, sino que también satisfacen necesidades concretas de los sujetos que los implementan. A raíz de estas consideraciones, los académicos del ámbito sociológico se han ocupado de estudiar la brecha democrática. Este fenómeno se refiere a la desigual distribución entre la población de los usos políticos de internet y de los potenciales efectos beneficiosos que ellos conllevan para la vida política del internauta (Norris, 2001; Nam, 2011). La brecha democrática se ha estudiado tradicionalmente a través de la asociación entre los porcentajes de penetración de los usos políticos de internet entre los diferentes segmentos poblacionales. De esta manera, se ha podido destacar cómo los usos políticos de internet tienen mayor difusión entre los internautas con más recursos económicos y educativos, así como entre los más jóvenes. Esta distribución asimétrica estaría en la base de un conjunto de desigualdades políticas y democráticas (Norris, 2001).

En este trabajo, sin embargo, se ha querido dar un paso más hacia el estudio de la brecha democrática. Siguiendo los dictámenes de la corriente de la sociología analítica, se ha querido implementar un método de investigación de este macrofenómeno que se fundamente en la explicación de los mecanismos de orden individual que generan la

brecha democrática (Noguera, 2010). Para ello se ha escogido un uso político de internet concreto: la participación política digital. En este trabajo se han analizado las variables predictivas de la adquisición de esta conducta por parte de los internautas. Vistas de esta forma, dichas variables predictivas estarían en la base del fenómeno de brecha democrática, por lo menos en relación a este uso político concreto.

A continuación se presentan las reflexiones que se han producido a partir de los resultados de los análisis implementados. Primero, se reflexionará sobre la situación española en términos de brecha democrática. Después se presentarán algunas consideraciones acerca de los factores determinantes de la participación política digital y de la relación entre ellos. Finalmente, se presentarán algunas sugerencias de carácter teórico y metodológico acerca del estudio de la brecha democrática y de sus factores determinantes.

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

La brecha democrática en España

Primero se ha estudiado el nivel de brecha democrática en España. Para ello, y en base a los datos disponibles, se ha decidido tomar en consideración tres tipos de usos políticos de internet: los usos vinculados a la e-administración, los usos de información política online y los usos relativos a la participación política digital. A la hora de investigar el fenómeno de la brecha democrática, los académicos aconsejan tener siempre como punto de comparación el nivel de brecha digital. Además, se recomienda el uso de series temporales, para así observar la evolución en el tiempo del fenómeno y predecir su evolución en los años venideros (van Deursen and van Dijk, 2010; van Deursen and van Dijk, 2009; van Deursen et al., 2006). En este sentido, Norris (2001) habla de

normalización en el caso en que las tendencias indican una aproximación de los porcentajes de difusión de los usos políticos de internet entre los diferentes estratos poblacionales. Por el contrario, habla de cristalización en el caso en que dichos porcentajes se mantienen distanciados entre ellos, dejando en una situación privilegiada a los segmentos poblacionales más aventajados.

Teniendo en cuenta todas estas observaciones, se han construido cinco series temporales. Cada una de las series ha sido desglosada según las diferentes categorías de las variables edad, nivel de estudios y estatus socio-económico.

No se han podido producir series temporales sobre la participación política digital, ya que no existen todavía en España suficientes tomas de datos en el tiempo. Pese a ello, el estudio 2736 del CIS, “Internet y participación política” (2007), sí recoge seis indicadores diferentes de la participación política digital. Para cada uno de ellos se ha calculado el porcentaje de difusión absoluto para el año 2007 y, a la vez, se han calculado los porcentajes desglosándolos en base a categorías de las variables edad, nivel de estudios y estatus socioeconómico.

Los porcentajes absolutos de difusión indican que, respecto al número de internautas que hay en España, muy pocos consideran los usos políticos de internet como una forma ventajosa de utilizar la herramienta. Sin embargo, desglosando los porcentajes según edad, nivel de estudios y estatus socioeconómico destaca, en primer lugar, que la brecha digital está todavía presente en el país ibérico. De hecho, se ha observado que los segmentos poblacionales más jóvenes, con más recursos y con un mayor nivel de estudios, presentan porcentajes de acceso a internet que rozan el 90%. Los demás estratos llegan a tener porcentajes hasta más de tres veces inferiores. Lo mismo pasa para los usos políticos de internet. Entre los segmentos poblacionales más aventajados, los porcentajes de difusión y los índices promedios de frecuencia de uso son netamente

superiores a la media nacional, hasta llegar a picos del 50%, con fuerte tendencia al crecimiento. En los demás estratos se ha llegado a observar porcentajes e índices iguales a 0 y con una tendencia al crecimiento prácticamente nula.

Esto viene a decir que, efectivamente, España está viviendo un fenómeno de brecha democrática muy marcado. Entre las ventajas de estos usos políticos de internet, está la posibilidad de poder mantener una relación más ágil y directa con la Administración pública, obtener información política gratis y pluralista o acortar distancias con los representantes políticos y sentirse partícipe de los procesos de toma de decisiones políticas. En base a los resultados, estas ventajas sólo estarían disponibles para los internautas más jóvenes, mejor formados y con más recursos económicos. El impacto de estas desigualdades sobre el funcionamiento de la democracia española reside en el hecho de que se van generando dos categorías de ciudadanos digitales. Una, de clase A, que aprovecha internet para obtener beneficios de carácter político y, consecuentemente, para intentar influir en los procesos políticos según sus preferencias. Otra, de clase B, que se quedará marginada en estos procesos y que tendrá que aceptar de forma pasiva determinadas decisiones, porque no ha podido participar en su elaboración. Además, las herramientas que internet proporciona para este tipo de usos se desarrollarán teniendo en cuenta sólo las características de los ciudadanos digitales de clase A, porque son los únicos que las aprovechan. Esto ralentizará aún más el proceso de futura integración de los ciudadanos digitales de clase B en los procesos políticos digitales y en sus consecuencias en el mundo “real”.

Estudio de los mecanismos de influencia de la brecha democrática

La explicación del fenómeno de la brecha democrática pasa por la comprensión de sus mecanismos generativos. Para ello, según la perspectiva analítica, es necesario estudiar

los factores de orden individual que favorecen la implementación de los usos políticos de internet por parte de los internautas (Noguera, 2010). Muchos autores han empezado ya a estudiar los factores que facilitan la adquisición de los usos políticos de internet (Gibson, Lusoli y Ward, 2005). Sin embargo, en este trabajo se quiere dar un paso más hacia la sistematización de un método robusto para la investigación de este fenómeno. Más en concreto, en este trabajo se defiende la necesidad de construir modelos complejos frente al uso de simples correlaciones entre variables.

Para aportar elementos a favor de esta perspectiva, se ha decidido estudiar los mecanismos que favorecen la puesta en marcha de un uso político de internet concreto: la participación política digital. La elección de este objeto de estudio concreto se debe a que es el único uso político de internet sobre el cual hay datos que los relacionan con sus potenciales factores determinantes. Los estudios sociológicos sobre los elementos facilitadores de adquisición de los usos políticos de internet consideran la influencia de factores como las actitudes, la participación política offline y las habilidades digitales del internauta (Lorenzo y Mosca, 2007; Gibson et al. 2005; Van Deursen y Van Dijk, 2009). En este trabajo se ha querido seguir estas indicaciones y utilizar todos estos factores como variables predictivas de la participación política digital.

Los datos analizados son los proporcionados por el estudio 2736 del CIS. Éste, además de incluir los seis indicadores sobre participación política digital anteriormente mencionados, incluye también indicadores sobre las actitudes políticas tradicionales, sobre diferentes formas de participación política offline y sobre las habilidades digitales del internauta.

En primer lugar, dada la gran cantidad de indicadores presentes en este estudio, se ha procedido a la implementación de tres análisis factoriales, uno por cada uno de los constructos recién mencionados, para así intentar resumirlos en un número reducido de

dimensiones. En un segundo momento dichas dimensiones se han utilizado en tres modelos de regresión lineal que han tenido como variable dependiente la participación política digital. También se han introducido variables sociodemográficas y políticas de control. De esta forma, se ha querido estudiar la influencia de cada uno de los factores de predicción.

Actitudes políticas

Para el constructo de las actitudes políticas tradicionales los resultados indican la presencia de tres dimensiones subyacentes: las *normas de ciudadanía*, es decir, las creencias sobre cómo debería actuar un “buen ciudadano”, la *confianza hacia las instituciones*, es decir, el grado de satisfacción con las instituciones democráticas y con el funcionamiento mismo de la democracia, y la *implicación psicológica en la política*, es decir, cuánto está interesada e involucrada la persona en la política, en un sentido amplio. Sólo la última dimensión ha resultado mantener una relación significativa, y de signo positivo, con la variable dependiente. Sin embargo, un sucesivo análisis de mediación (Baron and Kenny, 1986) ha destacado cómo esta variable media el efecto de las otras dos sobre la participación política digital. Esto implica una diferenciación cualitativa entre estas tres dimensiones. Estos resultados son, en gran medida, coherentes con los estudios clásicos sobre actitudes políticas. El hecho de que, tomadas singularmente, tanto la *Confianza hacia las Instituciones* como las *Normas de Ciudadanía* influyan sobre una forma de participación política como la participación política digital, es coherente con los resultados empíricos obtenidos anteriormente sobre la participación tradicional (Newton and Norris, 2000; Dalton, 2008). También la influencia de la *Implicación Psicológica en la Política* es consistente en relación a la literatura precedente sobre la participación política.

No obstante, los resultados respaldan la hipótesis de que la influencia de estas tres variables no se produce simultáneamente. El hecho de que los efectos de la *Confianza hacia las Instituciones* y de las *Normas de Ciudadanía* sobre la participación política digital estén mediados por la *Implicación Psicológica en la Política*, permite dar un paso más allá y completar la literatura sobre los efectos de las actitudes políticas en el caso de la participación política digital. Estos resultados permiten plantear que, de acuerdo con los modelos clásicos de las actitudes (Ajzen and Fishbein, 2000), la variable *Implicación Psicológica en la Política* coincide con la evaluación del objeto de la actitud. A la vez, las dos variables *Confianza hacia las Instituciones* como las *Normas de Ciudadanía*, representarían las creencias del sujeto que, a su vez, permiten generar la evaluación del objeto de la actitud. Estos planteamientos van a respaldar los modelos de explicación de la conducta política del individuo de corte psicosociológico (Cohen et al., 2001; Valencia, 1990).

Así pues, si el núcleo evaluativo del objeto de la actitud se puede medir a través de unos indicadores fijos (Ajzen, 1991), lo que va cambiando son los tipos y variedades de creencias que están detrás de este núcleo. Según dichos modelos, las dos primeras dimensiones representarían las creencias y los valores políticos del individuo, y la tercera el núcleo evaluativo-actitudinal. Éste último tendría una influencia directa sobre la acción política (Caprara and Zimbardo, 2004). A la vez, las creencias políticas influirían la implicación psicológica en la política (Valencia, 1990; Cohen et al., 2001; Ajzen and Fishbein, 2000). En este trabajo sólo se han examinado dos tipologías de creencias y valores, pero los resultados que se están discutiendo abren un nuevo filón de investigación sobre las creencias que están detrás de las conductas de participación política digital. Son las percepciones del sujeto acerca del mundo político con el que se relaciona. En un contexto en el que la participación tradicional está experimentando un

considerable descenso (Pharr and Putnam, 2000) y en el que las antiguas ideologías están desapareciendo (Laraña et al., 1994), se abren interrogantes interesantes sobre cuáles son estas visiones del mundo que empujan a los internautas a participar políticamente a través de Internet. Esta diferencia cualitativa entre creencias y valores y núcleo evaluativo tiene importantes implicaciones para el estudio de la participación política digital, principalmente porque abre la puerta al estudio de las creencias y valores que, de forma específica y exclusiva, influyen en el núcleo evaluativo-actitudinal en el caso de la participación política digital. Éstas están estrechamente vinculadas al postmaterialismo (Theocharis, 2011).

Participación política

La participación política se compondría, según los análisis factoriales, de tres dimensiones subyacentes: las *Nuevas formas de participación política no convencional*, que incluiría todas aquellas actividades políticas relativamente recientes que se desarrollan en autonomía individual, como el consumerismo político o la firma de peticiones, la *Participación política no convencional*, que se refiere a los actos de protestas como manifestaciones, huelgas, ocupaciones, etc., y la *Participación política convencional*, que incluye todo tipo de acción política vinculada al proceso electoral. El modelo de regresión múltiple implementado ha evidenciado la influencia positiva de las tres dimensiones sobre la participación política digital.

Estos resultados permiten apoyar, en cierta medida, la tesis de normalización (Margolis y Resnick, 2000). La influencia significativa que la participación política offline, tanto convencional como no convencional, tiene sobre participación política digital es una indicación de que las actividades políticas más difundidas offline están, en cierta medida, en la base de la participación política digital. En este sentido, se puede afirmar,

de acuerdo con Margolis y Resnick (2000), que las características y las relaciones políticas del mundo real se pueden transferir al mundo digital. Sin embargo, los resultados obtenidos también permiten ofrecer otro tipo de información sustantiva para la investigación sobre la participación política digital. Como se ha visto, este tipo de participación también se puede predecir a partir de las *Nuevas formas de participación política no convencional*. Además, los coeficientes de regresión múltiple indican que este factor es el que mayor peso tiene dentro del modelo. Es decir, de entre todos los tipos de participación política offline estudiados, las *Nuevas formas de participación política no convencional* son los mejores predictores de la variable dependiente. En base a estos resultados, y haciéndose eco de los estudios de van Dijk (2000), Hague y Loader(1999), Subirats (2002) y, sobre todo, de Norris (2001), se sugiere que Internet puede ser un recurso para los procesos políticos innovadores. Se puede plantear que la relación entre las *nuevas formas de participación política no convencional* y la participación política digital en España es una clave importante para discutir estas características de Internet.

Los estudios teóricos mencionados anteriormente y el marco teórico incluyen dos formas de definir la naturaleza políticamente innovadora de Internet. Por un lado, Hague y Loader (1999) y Coleman (2005), entre otros, sostienen que Internet representaría una oportunidad para introducir en el espacio político prácticas deliberativas que fortalezcan las relaciones de representación política. En la misma línea, Oates(2003) y Janssen y Kies(2005) sostienen que, junto con la deliberación, la posibilidad de acceder a un mayor flujo de información política representaría una mejora sustancial de los sistemas democráticos. El carácter innovador de Internet, por lo tanto, consistiría en proporcionar a las prácticas de representación una dimensión deliberativa e informativa. Sin embargo, la perspectiva de Norris (2001) en relación con el carácter innovador de Internet tiene

una dirección diferente. Para esta autora, los valores que caracterizan a los ciudadanos con una tasa de penetración de Internet más alta, en su mayoría jóvenes y con niveles medios y altos de la educación, podrían generar una nueva cultura digital que podría hacer de Internet un espacio especialmente sensible a prácticas políticas innovadoras. Por lo tanto, Internet se convertiría en un espacio para la innovación política en la medida en que incorpora nuevos valores y/o nuevas prácticas políticas.

Un punto de síntesis entre las dos posturas podría residir en una conceptualización de Internet como una estructura de oportunidad política, tal y como plantea Tarrow (1994). Es decir, un lugar donde se abre un camino para la reflexión y el fortalecimiento de las prácticas que, de otro modo, tendrían un espacio más pequeño en comparación con las prácticas políticas convencionales y no convencionales. El hecho de que la participación política digital se puede predecir en gran medida en base a actividades políticas offline como el consumerismo, el boicot o la compra de ciertos productos por razones políticas, la afiliación a nuevos movimientos sociales, la petición de firmas o la donación de fondos, permite abrir a esta posibilidad.

El consumerismo político, tal y como plantea Micheletti (2003), es una práctica política innovadora en varios sentidos. En primer lugar, se trata de un tipo de participación política offline que surge en una escala global y que tiene que ver con los problemas e intereses que trascienden las fronteras de los Estados nacionales. Precisamente por esta razón, el interlocutor para este tipo de práctica no es tanto el estado de los representantes políticos tradicionales, sino también las organizaciones privadas, tales como las multinacionales o las instituciones financieras. Otra de las características distintivas del consumerismo político es su carácter individual. Los activistas que ponen en marcha prácticas consumeristas no son necesariamente miembros de una organización que defiende los derechos de los consumidores, sino ciudadanos que, por

motivos personales, se unen a las acciones promovidas por organizaciones o que se organizan de forma privada. Todas estas características no se consideran formas participativas clásicas.

Del mismo modo, Internet ha sido considerado como una herramienta estratégicamente útil para este tipo de prácticas. La deslocalización geográfica de los activistas, así como el carácter global de los objetivos de sus peticiones hacen de Internet una herramienta que permite coordinar la participación (Micheletti, 2003). El factor que se ha denominado como *Nuevas formas de participación política no convencional* incluye, junto con las prácticas consumeristas, las actividades relacionadas con las organizaciones de los movimientos sociales en el campo de la protección del medio ambiente, de los derechos humanos, del comercio justo o del pacifismo. Todos ellos se consideran ejemplos de los nuevos movimientos sociales (Laraña et al., 1994) y de los movimientos globales (Calle, 2007). Una de las características distintivas de estos movimientos sociales es el carácter secundario de los incentivos instrumentales que caracterizan las organizaciones ciudadanas tradicionales, como los sindicatos, los grupos de interés y las organizaciones políticas (Melucci, 1989). Simultáneamente, estos movimientos se caracterizan por la defensa de los valores característicos del post-materialismo, como la libertad de expresión, la tolerancia hacia la diversidad, la igualdad social, el laicismo, el internacionalismo y la participación democrática (Inglehart, 1990). Finalmente, se trata de movimientos sociales con una connotación marcadamente internacionalista, cuya organización en red es otro ejemplo de su carácter innovador (Juris, 2004).

Habilidades Digitales

Finalmente, el constructo de las habilidades digitales ha resultado estar compuesto por dos dimensiones subyacentes: *Internet expertise* e *Internet proficiency*. La primera se refiere a la presencia de internet en la vida cotidiana del individuo, la segunda tiene que ver con las capacidades de manejo de la herramienta misma. Ambas mantienen una relación significativa con la participación política digital, aunque con un efecto levemente mayor del *Internet expertise*. Es este el modelo de regresión que mayor cantidad de varianza de la variable dependiente explica. El hecho de que el *Internet expertise* influya de manera consistente sobre la participación política digital indica que los internautas que llevan incorporando desde hace años Internet en su vida cotidiana tienden a adoptar conductas políticas online con más frecuencia que los Internautas más recientes. Según distintos autores (Howard et al., 2001; Rice and Katz, 2003), el tiempo de uso, la frecuencia de acceso y la cantidad de lugares de conexión, permiten distinguir a los internautas según una escala jerárquica precisa: a más tiempo de uso, frecuencia de acceso y lugares de conexión corresponden internautas con más versatilidad en el uso de la herramienta y una mayor apropiación de la misma para optar a sus objetivos. El uso político de Internet y, más en concreto, la participación política digital, también reflejan la jerarquización de Internautas. Según los resultados, el *Internet expertise* permite la apropiación de Internet para usos políticos como la participación política digital.

Unido a este hecho, se observa que la influencia de la *Internet expertise* sobre la participación política digital está relacionada con variables socio-económicas dentro de la población. Este dato se corrobora con la relación predictiva de la variable “Nivel de estudios”, destacada por los modelos de regresión. Esto lleva a considerar que los estratos de la sociedad española con nivel de estudios más alto tienen un nivel más alto

de integración de Internet en su vida diaria y, por ende, es más fácil que adopten prácticas de participación política digital.

Howard et al. (2001) destacan el hecho de que las diferentes categorías de internautas se corresponden con sustratos sociales concretos. Concretamente, los *netizens*, es decir, los internautas con una mayor presencia de internet en su vida cotidiana, resultarían ser, según los autores, blancos, de alto nivel de estudio y de alto estatus social. Este planteamiento, sin embargo, requeriría un ulterior estudio de la distribución de la participación política digital entre la población y, en primer lugar, establecer si dicha distribución favorece o no a algunos estratos sociales respecto a otros. Sí podemos especular con la idea de que el nivel de penetración del uso de Internet en la vida diaria de los ciudadanos es un elemento que permite la participación política digital. Por el contrario, los ciudadanos que no cuentan con esta posibilidad, ya sea por causas contextuales o individuales, encontrarán una importante limitación en este tipo de usos de Internet.

Tal y como se ha visto anteriormente, el factor *Internet proficiency* representa la destreza en el manejo de Internet con la que cuentan los Internautas. La destreza, representada por la diversidad de usos de Internet, es el segundo factor que más influye sobre la participación política digital. En este caso, las habilidades del Internauta afectarían a sus posibilidades reales de implementar un uso político de internet como la participación política digital.

En este trabajo se ha aplicado, por primera vez, un análisis de la influencia de las habilidades digitales sobre la participación política digital tomando conjuntamente los dos factores fundamentales que la han definido; el *Internet proficiency* y el *Internet expertise*. Se ha mostrado cómo dicho constructo teórico permite predecir el comportamiento que queríamos analizar. Sin embargo, tras una lectura más profunda de

este resultado, se puede extraer la siguiente conclusión teórica: la versatilidad, el nivel de penetración de Internet en las vidas de los ciudadanos y destreza en el manejo de esta herramienta se transforman en requisitos fundamentales para participar políticamente a través de este medio. Tomando el concepto de brecha democrática de Norris (2001) se puede especular con la idea que la capacidad en el manejo de Internet es un elemento clave para este tipo de brecha. En otras palabras, los ciudadanos con más capacidad de manejo de Internet serán ciudadanos con mayores opciones de beneficiarse de las posibilidades y ventajas políticas que ofrece Internet. Por el contrario, los ciudadanos con menores habilidades se verán dificultados en el acceso a dichos beneficios.

Como se ha señalado más arriba, algunas variables sociodemográficas como el “nivel de estudios” tienen un peso importante en la adquisición de estas habilidades digitales. Por lo tanto, algunas de las desigualdades tradicionales como la diferencia en el nivel de formación de la población, estarían estrechamente relacionadas con las posibilidades políticas digitales de los ciudadanos. Norris y Curtice (2006), plantean, partiendo del marco teórico del “mercado político”, que el impacto de la participación política digital se mide en términos de la interacción entre la oferta de información y comunicación proporcionada a través de Internet, y la “demanda” de los usuarios. Igualmente, mantiene que dichas demandas dependen, en gran medida, de las características sociales y de la formación política de los Internautas. Si la demanda llega sólo de determinados estratos sociales, la oferta se ajustaría a ellos, dejando al margen los otros estratos sociales. Siguiendo los resultados de nuestro análisis, esto supondría que los ciudadanos con mayor nivel de Habilidades digitales y, muy relacionado, los ciudadanos con mayores niveles de estudios, se posicionarían, en abierto contraste al principio de isegoría, en una posición políticamente privilegiada.

Análisis conjunto de los factores de influencia

Posteriormente se ha construido un modelo de ecuaciones estructurales que incluyese, además de la participación política digital, sus tres factores determinantes. En el modelo se han introducido cuatro constructos latentes: la participación política digital, las actitudes políticas, la participación política offline y las habilidades digitales. Sus variables observables han coincidido con los factores previamente extraídos y con los indicadores de la participación política digital. Se han testado dos modelos anidados. El primero preveía la influencia directa de las actitudes políticas sobre la participación política digital. El segundo, por otro lado, se ha construido sin contemplar esta relación. De este modo se ha querido aclarar aun más lo que el análisis de mediación anteriormente implementado ha indicado. Es decir, que hay una diferenciación cualitativa entre creencias y núcleo evaluativo de las actitudes y que dicha diferenciación implica que, si no se utilizan las creencias y valores que caracterizan la participación política digital, sino aquellos que caracterizan la participación tradicional, la influencia de las actitudes políticas sobre la participación política digital no será directa, sino mediada por la participación política offline.

Por lo demás, ambos modelos mantenían las mismas relaciones entre las variables incluidas en el modelo. En general, las relaciones directas previstas por el modelo han sido:

1. Habilidades digitales sobre participación política digital
2. Participación política offline sobre participación política digital
3. Actitudes políticas sobre la participación política offline
4. Actitudes políticas sobre participación política digital (libre de estimar)
5. Actitudes políticas sobre participación política digital (valor fijado a 0)

Además, se han planteado en estos modelos dos correlaciones: una entre las habilidades digitales y las actitudes políticas y la otra entre las habilidades digitales y la participación política offline.

Los resultados indican, en primer lugar, que no hay relación directa entre actitudes políticas clásicas y participación política digital. Sólo existe una relación mediada por la participación política offline. Todas las demás relaciones han resultado ser significativas y positivas. Según las estimaciones del modelo, el constructo más peso tiene en la relación predictiva sobre las conductas de participación política digital está representado por las habilidades digitales.

También las dos correlaciones estimadas han resultado ser positivas y significativas, lo cual permite plantear que el estatus socioeconómico y del nivel de estudios ejercen una influencia simultánea sobre los constructos de las actitudes políticas, la participación política offline y las habilidades digitales.

Los resultados, en su conjunto, muestran cuánto está vinculada la brecha democrática a las habilidades digitales del internauta. Cuanto mejor maneja la herramienta y ha incorporado internet en su vida cotidiana, más participará en acciones políticas digitales. Esto viene a decir, en primer lugar, que sólo aquellos internautas que ya son de por sí aventajados en el manejo de internet se aprovecharán de las oportunidades políticas que esta tecnología de la información y comunicación proporciona. En segundo lugar, viene a decir que las herramientas dedicadas a los actos de participación política online sólo se desarrollarán en base a las características de los internautas que ya de por sí son hábiles con internet, lo cual, como consecuencia, haría aún menos accesible estas herramientas a los menos hábiles con este uso de internet. Además, ya que las habilidades digitales parecen estar extremadamente vinculadas a elevados recursos educativos y

socioeconómicos, aumentarían, a largo plazo, las diferencias en la difusión de estos usos de internet entre los segmentos privilegiados y los no privilegiados de la población.

Otro aspecto importante que es posible destacar gracias a los análisis implementados es que las actitudes políticas clásicas no serían parte del nuevo mundo político digital, lo cual implica la necesidad de estudiar este fenómeno utilizando nuevos criterios y constructos. Si bien es razonable que quien ya sea políticamente activo en el mundo offline aproveche internet para hacer más efectiva su participación, tal y como plantea la teoría de la normalización (Margolis y Resnick, 2000), es necesario considerar todos aquellos internautas que, aun no participando offline, sí que participan políticamente online. Sus actitudes políticas serán diferentes de las que caracterizan el perfil de la persona que participa offline ya que, como se ha dicho, se acercan más a los perfiles post-materialistas.

El caso de las actitudes políticas y de su influencia sobre la participación política digital deja manifiesta la problematicidad de los modelos de regresión al ahora de estudiar múltiples factores de influencia y de forma simultánea. Éstos no permiten un control riguroso de todas las variables a incluir ni de sus efectos sobre la variable dependiente (Lizón, 2006). Por ello es posible que resulten influencias directas cuando, en realidad, éstas no subsisten. Consecuentemente, se plantea la necesidad de utilizar diseños de investigación y análisis de datos distintos respecto a la perspectiva correlacional clásica para poder la construcción de modelos complejos. Recientes recomendaciones en la literatura metodológica recomiendan, para comprobar la bondad de unos modelos teóricos complejos (como es el modelo analizado en el presente trabajo) el uso de modelos formulados con ecuaciones estructurales (Lizón, 2006). En este trabajo se han seguido estas recomendaciones, considerando las ventajas que estos análisis ofrecen, entre ellas la posibilidad de estudiar relaciones múltiples y complejas, teniendo como

indicador de bondad de los modelos testados el ajuste de dichos modelos a los datos empíricos y la posibilidad de estimar el error de medición por cada variable observada y el error de estimación por cada variable latente estimada. Como detallado en los resultados presentados, esta perspectiva permitió estudiar las relaciones entre las distintas variables latentes incluidas, arrojando luz sobre las relaciones entre las mismas dentro de un modelo único. Esto permitió alcanzar una mayor capacidad explicativa de los modelos de ecuaciones estructurales respecto a los modelos de regresión, lo que se ve reflejado comparando los resultados de ambas estrategias de análisis a la hora de explicar las relaciones entre variables predictivas de un uso político concreto de internet: la participación política digital.

OBSERVACIONES METODOLÓGICAS, LIMITACIONES Y FUTURAS INVESTIGACIONES

Sin embargo, el modelo implementado en este trabajo puede ser mejorado desde numerosos puntos de vista. En primer lugar, se hace necesario incluir actitudes que sean estrechamente vinculadas al ámbito digital y que, hasta ahora, las encuestas españolas no han tomado en consideración. Más en concreto, se hace necesario incluir dimensiones inherentes Modelo de Aceptación de la Tecnología (TAM). El modelo original de Aceptación de la Tecnología se basaba fundamentalmente en dos conceptos básicos para la explicación del uso de las TIC: la Utilidad Percibida de dichas tecnologías y la Facilidad de Uso Percibida (Davis, 1989). Cuando hablamos de Utilidad Percibida (UP) se hace referencia a una creencia subjetiva sobre las ventajas que esa tecnología puede tener para un individuo. Es decir, la probabilidad subjetiva de que el uso de determinada tecnología aumente el rendimiento del usuario o el provecho que obtiene de las tareas que realiza. Del mismo modo, la Facilidad de Uso Percibida

(FUP) de una tecnología es una creencia sobre las facilidades que puede reportar esa tecnología para las actividades de un ciudadano en comparación con la tecnología utilizada con anterioridad. El TAM posiciona a estos dos conceptos subjetivos en el centro de su modelo explicativo (David, 1989).

Si no se consideran estas peculiaridades y no se incluyen en el estudio de los usos políticos de internet, dicho estudio será siempre parcial e incompleto, y no será posible entender debidamente a qué se deben los diferentes patrones de adquisición, dentro de una misma población, de estos usos. En este sentido, se quiere destacar que la falta de indicadores sobre el consumo de información política online, sobre las actitudes post-materialistas y sobre los estímulos movilizadores electrónicos en el modelo han limitado considerablemente su poder explicativo. Por ello, se destaca la necesidad de incluir indicadores de estas dimensiones en futuras encuestas sobre usos políticos de internet.

A la vez, se recomienda la construcción de una escala de la participación política digital más exhaustiva respecto a la presentada en el estudio 2736. En este sentido, se recomienda la inclusión en dicha escala de elementos más novedosos respecto a lo que se podía incluir en el año 2007. En esta dirección van las investigaciones realizadas en el ámbito del proyecto “Ciudadanía digital y Brecha digital política. Un análisis empírico de las consecuencias de los usos políticos de Internet”¹⁴. Los investigadores han testado una escala que se compone de indicadores de conductas online elaboradas a partir de los conceptos fundamentales de la participación política definidos originalmente por Almond y Verba (1963). Así, se ha construido una escala con 3 grandes dimensiones: la participación política convencional online, es decir donaciones para campañas online o contactar online con algún representante o partido, la participación política no-convencional online, que concierne el hack-activismo, el

¹⁴ Plan nacional de I+D. Gobierno de España. REF: CSO2009-17337

bombardeo de cuentas de correo electrónico o el boicot/boqueo de páginas web por razones de protesta, y, finalmente, la nueva participación política online, que vierte sobre las actividades políticas nuevas, que no tiene equivalente offline y que se hacen posibles gracias a las nuevas herramientas proporcionadas por internet. Es el caso de las discusiones políticas en blogs o la difusión de material de sensibilización a través de las plataformas de redes sociales. Otro problema de la escala de participación política digital utilizada en este trabajo es el hecho de que se midió a través de un número de ítems reducido. Eso afecta a la calidad métrica de la escala, siendo la fiabilidad relacionada con el número de ítems.

Otro aspecto importante a destacar es que, para establecer una relación de causa-efecto de tipo puro, hace falta un diseño de investigación experimental y, además, de una consecuencia temporal entre causa y efecto. Puesto que el diseño de las encuestas, incluidas las que se han utilizado para este trabajo, es del tipo *transversal*, existen limitaciones intrínsecas como la “variancia común”, ampliamente documentada en literatura (Lindell and Whitney, 2001). Estas limitaciones, como se acaba de decir, se deben a la medición simultánea de la causa y del efecto de la relación a testear. Pese a ello, no se debe olvidar que estos estudios tienen como principal objetivo la representatividad poblacional, ya que se está hablando de investigaciones de tipo sociológico. Además, la naturaleza misma del fenómeno en cuestión no permite estudiar su desenlace en momentos temporales diferentes con los mismos sujetos. Tampoco permite controlar variables intervinientes a través de diseños experimentales. Así, pese a no poder hacer estudios sobre relaciones causales, estos datos representan un excelente punto de vista al estudio de la brecha democrática y de la participación política digital. Así, se plantea la posibilidad de utilizar modelos de ecuaciones estructurales, pero siendo cautelosos con afirmaciones acerca de relaciones de causalidad entre variables.

También es fundamental recordar que la aplicación de estos modelos depende, en larga medida, de la naturaleza de las variables introducidas. Más en concreto, la implementación de un modelo de ecuaciones estructurales necesita el uso exclusivo de variables continuas. En segundo lugar, se necesita de una distinción entre variables latentes y sus dimensiones de medición (Ruiz et al., 2010). Para poder ser rigurosos con estos criterios, se necesita, primariamente, de datos que permitan construir dichas variables. Sin embargo, los datos del estudio 2736 presentaban diferentes problemas. En primer lugar, estos datos son del año 2007, lo cual viene a decir que son algo anticuados, sobre todo considerando la velocidad con la que evolucionan las herramientas basadas en internet y las conductas de los internautas que en ellas se apoyan. Una de las consecuencias de esta antigüedad de datos es la operacionalización de la participación política digital en base a indicadores probablemente superados. Otro problema es el relativo al uso de variables dicotómicas que, en algunos casos, han limitado los análisis estadísticos a implementar. Esto se debe al hecho de que este tipo de variables no garantiza una distribución normal de los datos.

Para obviar a estos problemas, se recomienda la construcción de índices complejos, bien a través de escalas bien a través de análisis factoriales. Para el primer caso, se recomienda el uso de baterías de ítems dicotómicos, siempre que se trate de medir presencia o ausencia de una determinada conducta. Este tipo de opción sería más compatible con la construcción de un índice de habilidades digitales ya que del conjunto de estos ítems se puede construir una escala de tipo jerárquico, con el objetivo de obtener una medición precisa para los distintos niveles de la habilidad medida y de poder discriminar de forma fina a los sujetos en base a sus habilidades. Para el segundo caso, la construcción de baterías de ítems con escala de respuesta con formato graduado a 5 niveles, lo que nos podía garantizar una distribución de la respuesta que se pueda

aproximar a una distribución normal para el empleo de métodos de extracción basados en la Máxima Verosimilitud (Finley y DiStefano, 2006).

Para ello, se recomienda el uso de estudios piloto. Los investigadores que participaban en el proyecto de investigación “Ciudadanía digital y Brecha digital política. Un análisis empírico de las consecuencias de los usos políticos de Internet” realizó dicho estudio con 389 sujetos. Dicho estudio recogía indicadores acerca de diferentes dimensiones: habilidades digitales, TAM, usos ventajosos de internet y participación política de internet. Los datos recogidos en esta fase se han analizado estudiando la fiabilidad y la validez de las escalas construidas, estudiando los cambios en los parámetros después de la exclusión de cada uno de los ítems, hasta llegar a las escalas definitivas. Para estimar la fiabilidad, se han empleado el índice Alfa de Cronbach y Omega (que corrige errores de estimación del primero). Para estudiar la validez se han creado aleatoriamente dos sub-muestras y se han efectuado un análisis factorial exploratorio y un análisis factorial confirmatorio, aplicando donde necesario las transformaciones a matriz policóricas. La escala jerárquica generada para la medición de habilidades digitales se ha refinado empleando un modelo de Teoría de Respuesta al Ítem no paramétrico: *Noharm* (Normal Ogive Harmonic Analysis Robust Method). Esto ha permitido estudiar en profundidad las características de los ítems respecto a los rango de dificultad que cada uno medía. Finalmente, con las escalas definitivas, se han relacionado los distintos constructos medidos con variables relevantes en la literatura para obtener evidencias de validez basadas en la predicción de constructos relacionados.

Una vez validadas las escalas, el grupo de investigación ha propuesto dicho cuestionario como parte de una más amplia encuesta sobre usos de internet suministrada a población española.

<p>P.7 ¿Diría Ud. que la política le interesa mucho, bastante, poco o nada?</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 80%;"> - Mucho 1 - Bastante 2 - Poco 3 - Nada 4 - N.S. 8 - N.C. 9 </td> <td style="width: 20%; text-align: center; vertical-align: middle;">(52)</td> </tr> </table>	- Mucho 1 - Bastante 2 - Poco 3 - Nada 4 - N.S. 8 - N.C. 9	(52)	<div style="text-align: center;"> <div style="display: inline-block; width: 45%;"> P.11 Últimos 12 meses </div> <div style="display: inline-block; width: 45%;"> P.11a Pasado más lejano </div> </div> <table style="width: 100%; border: none; margin-top: 5px;"> <tr> <th></th> <th>SÍ</th> <th>No</th> <th>NR</th> <th>NC</th> <th>SÍ</th> <th>No</th> <th>NR</th> <th>NC</th> </tr> </table>		SÍ	No	NR	NC	SÍ	No	NR	NC											
- Mucho 1 - Bastante 2 - Poco 3 - Nada 4 - N.S. 8 - N.C. 9	(52)																						
	SÍ	No	NR	NC	SÍ	No	NR	NC															
<p>P.8 ¿Con qué frecuencia diría Ud. que habla de política? (MOSTRAR TARJETA E).</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 80%;"> - Todos los días 1 - Varias veces a la semana 2 - Una vez a la semana 3 - Varias veces al mes 4 - Una vez al mes 5 - Con menor frecuencia 6 - Nunca 7 - N.S. 8 - N.C. 0 </td> <td style="width: 20%; text-align: center; vertical-align: middle;">(53)</td> </tr> </table>	- Todos los días 1 - Varias veces a la semana 2 - Una vez a la semana 3 - Varias veces al mes 4 - Una vez al mes 5 - Con menor frecuencia 6 - Nunca 7 - N.S. 8 - N.C. 0	(53)	<p>E. Comprar ciertos productos por razones políticas, éticas o para favorecer el medio ambiente 1 2 8 9 (63)</p> <p>F. Boicotear o dejar de comprar ciertos productos por razones políticas, éticas o para favorecer el medio ambiente 1 2 8 9 (64)</p> <p>G. Contactar o intentar contactar con un político para expresarle sus opiniones 1 2 8 9 (65)</p> <p>H. Donar o recaudar dinero para alguna causa 1 2 8 9 (66)</p> <p>I. Asistir a una reunión política o a un mitin 1 2 8 9 (67)</p>																				
- Todos los días 1 - Varias veces a la semana 2 - Una vez a la semana 3 - Varias veces al mes 4 - Una vez al mes 5 - Con menor frecuencia 6 - Nunca 7 - N.S. 8 - N.C. 0	(53)																						
<p>P.9 ¿Con qué frecuencia intenta convencer a sus amigos, familiares o compañeros de trabajo para que compartan sus puntos de vista sobre cuestiones políticas?</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 80%;"> - A menudo 1 - Algunas veces 2 - Raramente 3 - Nunca 4 - No suele tener opiniones sobre política ... 5 - N.S. 8 - N.C. 9 </td> <td style="width: 20%; text-align: center; vertical-align: middle;">(54)</td> </tr> </table>	- A menudo 1 - Algunas veces 2 - Raramente 3 - Nunca 4 - No suele tener opiniones sobre política ... 5 - N.S. 8 - N.C. 9	(54)	<p>P.12 ¿Alguna vez alguien le ha comentado que había una manifestación y le ha animado a ir?</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 80%;"> - Sí 1 - No 2 - N.S. 8 - N.C. 9 </td> <td style="width: 20%; text-align: center; vertical-align: middle;">(77)</td> </tr> </table>	- Sí 1 - No 2 - N.S. 8 - N.C. 9	(77)																		
- A menudo 1 - Algunas veces 2 - Raramente 3 - Nunca 4 - No suele tener opiniones sobre política ... 5 - N.S. 8 - N.C. 9	(54)																						
- Sí 1 - No 2 - N.S. 8 - N.C. 9	(77)																						
<p>P.10 Para cada una de las siguientes afirmaciones, dígame si está Ud. muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo o muy en desacuerdo. (MOSTRAR TARJETA F).</p> <p>1. Muy de acuerdo 2. De acuerdo 3. (NO LEER) Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. En desacuerdo 5. Muy en desacuerdo</p> <table style="width: 100%; border: none; margin-top: 10px;"> <tr> <th></th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> <th>NS</th> <th>NC</th> </tr> </table> <p>- Los políticos no se preocupan mucho de lo que piensa la gente como yo 1 2 3 4 5 8 9 (55)</p> <p>- Generalmente la política es tan complicada que la gente como yo no puede entender lo que pasa 1 2 3 4 5 8 9 (56)</p> <p>- Está quien esté en el poder, siempre busca sus intereses personales 1 2 3 4 5 8 9 (57)</p> <p>- Estoy mejor informado sobre política que la mayoría de la gente .. 1 2 3 4 5 8 9 (58)</p>		1	2	3	4	5	NS	NC	<p>P.13 Dígame si pertenece, si participa activamente o si ha pertenecido a alguna de las siguientes asociaciones. (MOSTRAR TARJETA G).</p> <p>1. Pertenece y participa activamente 2. Pertenece, pero no participa activamente 3. Antes pertenecía, pero ahora no 4. Nunca ha pertenecido a ninguno de esos grupos</p> <table style="width: 100%; border: none; margin-top: 10px;"> <tr> <th></th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>NC</th> </tr> </table> <p>- Un partido político 1 2 3 4 9 (78)</p> <p>- Un sindicato 1 2 3 4 9 (79)</p> <p>- Un colegio profesional o una asociación de empresarios 1 2 3 4 9 (80)</p> <p>- Una parroquia u otro tipo de organización/ asociación religiosa o de caridad 1 2 3 4 9 (81)</p> <p>- Un grupo deportivo, cultural o de ocio 1 2 3 4 9 (82)</p> <p>- Una asociación ecologista, pacifista, de derechos humanos, de comercio justo (Intermon, Amnistía Internacional, Greenpeace, SOS Racismo, etc.) 1 2 3 4 9 (83)</p> <p>- Una asociación juvenil o de estudiantes ... 1 2 3 4 9 (84)</p> <p>- Otro tipo de asociación voluntaria (asociaciones de padres y madres, asociaciones de vecinos pero no comunidades de vecinos, etc.) 1 2 3 4 9 (85)</p>		1	2	3	4	NC								
	1	2	3	4	5	NS	NC																
	1	2	3	4	NC																		
<p>P.11 En los últimos 12 meses, ¿ha participado en alguna de las actividades que le voy a mencionar?</p> <p>P.11a ¿Y en un pasado más lejano?</p> <table style="width: 100%; border: none; margin-top: 10px;"> <tr> <th></th> <th colspan="4">P.11 Últimos 12 meses</th> <th colspan="4">P.11a Pasado más lejano</th> </tr> <tr> <th></th> <th>SÍ</th> <th>No</th> <th>NR</th> <th>NC</th> <th>SÍ</th> <th>No</th> <th>NR</th> <th>NC</th> </tr> </table> <p>A. Firmar una petición en una recogida de firmas . 1 2 8 9 (59)</p> <p>B. Asistir a una manifestación 1 2 8 9 (60)</p> <p>C. Participar en una huelga. 1 2 8 9 (61)</p> <p>D. Participar en actividades ilegales de protesta (cortar el tráfico, ocupar edificios, encadenarse, etc.) 1 2 8 9 (62)</p>		P.11 Últimos 12 meses				P.11a Pasado más lejano					SÍ	No	NR	NC	SÍ	No	NR	NC	<p>P.14 ¿Hay algún partido político al que Ud. se sienta más cercano que a los demás?</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 80%;"> - Sí 1 - No 2 - N.S. 8 - N.C. 9 </td> <td style="width: 20%; text-align: center; vertical-align: middle;">(86)</td> </tr> </table> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>P.14a ¿Podría decirme cuál? (ESPERAR RESPUESTA ESPONTÁNEA).</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 80%;"> - PSOE 01 - PP 02 - IU (ICV en Cataluña) 03 - CiU 04 - ERC 05 - PNV 06 - BNG 07 - CC 08 - EA 09 - CHA 10 - Na-Bai 11 - Otro, ¿cuál? 12 - N.C. 99 </td> <td style="width: 20%; text-align: center; vertical-align: middle;">(87)(88)</td> </tr> </table> </div>	- Sí 1 - No 2 - N.S. 8 - N.C. 9	(86)	- PSOE 01 - PP 02 - IU (ICV en Cataluña) 03 - CiU 04 - ERC 05 - PNV 06 - BNG 07 - CC 08 - EA 09 - CHA 10 - Na-Bai 11 - Otro, ¿cuál? 12 - N.C. 99	(87)(88)
	P.11 Últimos 12 meses				P.11a Pasado más lejano																		
	SÍ	No	NR	NC	SÍ	No	NR	NC															
- Sí 1 - No 2 - N.S. 8 - N.C. 9	(86)																						
- PSOE 01 - PP 02 - IU (ICV en Cataluña) 03 - CiU 04 - ERC 05 - PNV 06 - BNG 07 - CC 08 - EA 09 - CHA 10 - Na-Bai 11 - Otro, ¿cuál? 12 - N.C. 99	(87)(88)																						

P.14b ¿En qué medida se siente Ud. cercano a ese partido?

- Muy cercano	1	
- Bastante cercano	2	
- Un poco cercano	3	(89)
- N.S.	8	
- N.C.	9	

P.15 Cambiando de tema, ahora me gustaría que me dijera si está Ud. muy interesado, bastante, poco o nada interesado por las novedades que surgen en el ámbito de la ciencia y la tecnología.

- Muy interesado	1	
- Bastante interesado ..	2	
- Poco interesado	3	(90)
- Nada interesado	4	
- N.S.	8	
- N.C.	9	

P.16 Para desempeñar su trabajo o sus tareas habituales.....

- No es necesario saber informática	1	
- Es necesario tener conocimientos básicos de informática	2	
- Es necesario tener conocimientos avanzados de informática ..	3	(91)
- N.S.	8	
- N.C.	9	

P.17 En los últimos 12 meses, ¿ha hecho alguna de las siguientes actividades en el ámbito de su trabajo, de sus estudios o de su colaboración con asociaciones?

	Sí	No	No recuerda	NC	
- Escribir cartas, emails o documentos ..	1	2	8	9	(92)
- Organizar o planificar una reunión	1	2	8	9	(93)
- Dar una charla, una clase o hacer una presentación	1	2	8	9	(94)

P.18 ¿Utiliza en su casa....

	Sí	No	No sabe lo que es	NC	
- Ordenador personal	1	2	8	9	(95)
- Canales de televisión de pago	1	2	8	9	(96)

HACER P.19 A TODOS MENOS A QUIENES HAN CONTESTADO QUE NO SABEN LO QUE ES UN ORDENADOR PERSONAL EN P.18.

P.19 En los últimos tres meses ha utilizado Ud. Internet?

- Sí	1	(97)
- No	2	
- No sabe lo que es	8	
- N.C.	9	

HACER P.20 a P.28 SÓLO A QUIENES HAN CONTESTADO 1 EN P.19.

P.20 ¿Cuántos años hace que usa Internet con regularidad?

Nº de años: _____ (98)(99)

No recuerda 98

N.C. 99

P.21 Dígame, por favor, si se conecta habitualmente a Internet desde los siguientes lugares:

	Sí	No	NC	
- Casa	1	2	9	(100)
- Trabajo	1	2	9	(101)
- Centro de estudios, centro público (biblioteca, centro cívico, etc.), club o entidad asociativa	1	2	9	(102)
- Cibercafé o similar	1	2	9	(103)
- Desde cualquier sitio con mi portátil	1	2	9	(104)
- Otro lugar	1	2	9	(105)

P.22 Con independencia del lugar desde el que accede a Internet, ¿con qué frecuencia lo hace? **(MOSTRAR TARJETA H).**

- 6-7 días por semana	1	
- 3-5 días por semana	2	
- 1-2 días por semana	3	
- Algunas veces al mes	4	(106)
- Con menor frecuencia	5	
- N.S.	8	
- N.C.	9	

P.23 En los últimos 12 meses, ¿para cuál de las siguientes actividades ha utilizado Internet?

	Sí	No	No sabe lo que es	NC	
- Buscar información (trabajo, estudios, salud, viajes, cine, TV, callejeros, etc.)	1	2	8	9	(107)
- Comprar algún producto o servicio (alimentación, libros, cine, viajes, etc.)	1	2	8	9	(108)
- Realizar gestiones bancarias	1	2	8	9	(109)
- Recibir o enviar mensajes de correo electrónico	1	2	8	9	(110)
- Intervenir en chats o foros de discusión	1	2	8	9	(111)
- Llamar a través de Internet (skype, etc.)	1	2	8	9	(112)
- Descargar archivos (documentos, musicales, vídeo, software, etc.)	1	2	8	9	(113)
- Mantener su propio blog o página web	1	2	8	9	(114)
- Navegar por Internet sin un objetivo concreto	1	2	8	9	(115)

P.24 ¿Con qué frecuencia usa Internet para obtener información acerca de la actualidad política? **(MOSTRAR TARJETA I).**

- Más de una vez a la semana	1	
- Una vez a la semana	2	
- Una vez al mes	3	
- Con menor frecuencia	4	(116)
- Nunca	5	
- No sabe	8	
- N.C.	9	

P.25 ¿Alguna vez ha consultado la página web de algún partido político o algún candidato?

- Sí	1	
- No	2	(117)
- No recuerda ..	8	
- N.C.	9	

P.26 ¿Y está Ud. suscrito/a a algún boletín o lista de distribución a través de Internet sobre temas de actualidad política?

- Sí	1	
- No	2	(118)
- N.C.	9	

P.27 ¿Alguna vez ha recibido un correo electrónico con alguno de los siguientes contenidos?

	Sí	No	No recuerda	NC	
- De apoyo a un candidato o partido	1	2	8	9	(119)
- Con alguna crítica sobre un político o un partido político	1	2	8	9	(120)
- Convocando a una manifestación, una sentada o a otros actos de protesta ..	1	2	8	9	(121)
- Con un manifiesto o una petición electrónica	1	2	8	9	(122)
- Sobre otros temas de actualidad u otro tipo de convocatoria	1	2	8	9	(123)

P.28 ¿En alguna ocasión ha realizado alguna de las siguientes actividades a través de Internet?

	Sí	No	recuerda	NC	
- Contactar con algún político o algún partido político	1	2	8	9	(124)
- Contactar con alguna administración para quejarse o protestar , por ejemplo, su Ayuntamiento, el Gobierno de su Comunidad Autónoma o el Gobierno Central	1	2	8	9	(125)
- Comunicarse con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)	1	2	8	9	(126)
- Realizar una donación para una campaña, una asociación u organización ..	1	2	8	9	(127)
- Escribir comentarios en algún foro, blog o una página web, sobre temas de actualidad, sociales o políticos	1	2	8	9	(128)
- Firmar una petición o adherirse a alguna campaña o a un manifiesto	1	2	8	9	(129)

A TODOS

P.29 ¿Alguna vez ha recibido un mensaje de móvil (SMS) informándole de una manifestación?

- Sí	1	
- No	2	(130)
- N.S.	8	
- N.C.	9	

P.30 Las nuevas tecnologías ofrecen la posibilidad de que los ciudadanos voten sin tener que ir hasta el colegio electoral. ¿Podría decirme en qué medida estaría Ud. dispuesto/a a emitir su voto a través de Internet? Estaría.....

- Muy dispuesto	1	
- Bastante dispuesto	2	
- Poco dispuesto	3	(131)
- Nada dispuesto	4	
- N.S.	8	
- N.C.	9	

P.31 En todo caso, ¿qué inconveniente vería en un sistema de voto a través de Internet?
(UNA SOLA RESPUESTA). (MOSTRAR TARJETA J).

- Me resultaría más difícil que el método actual	1	
- La seguridad de estos sistemas no estaría garantizada	2	
- Se perdería la seriedad que tiene el acto de votar	3	
- No me relacionaría con mis vecinos, amigos o familiares ...	4	(132)
- No le veo ningún inconveniente	5	
- Otros	6	
- N.S.	8	
- N.C.	9	

P.32 Cambiando de tema, ¿diría Ud. que, por lo general, se puede confiar en la mayoría de la gente, o que nunca se es lo bastante prudente en el trato con los demás? Por favor, sitúese en una escala de 0 a 10, en la que el 0 significa "nunca se es lo bastante prudente" y el 10 que "se puede confiar en la mayoría de la gente".
(MOSTRAR TARJETA K).

Nunca se es lo bastante prudente											Se puede confiar en la mayoría de la gente										
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
N.S. 98																					
N.C. 99											(133)(134)										

P.33 Como Ud. sabe, hay diferentes opiniones acerca de lo que es ser un buen ciudadano. ¿Qué importancia tienen para Ud. cada uno de los siguientes aspectos a la hora de ser un buen ciudadano? Utilice una escala de 0 a 10, en la que el 0 significa "ninguna importancia" y el 10 "muchísima importancia". (MOSTRAR TARJETA L).

	Escala	00 – 10	NS	NC	
- Votar en las elecciones		98	99	(135)(136)	
- No evadir impuestos		98	99	(137)(138)	
- Cumplir siempre las leyes y las normas ..		98	99	(139)(140)	
- Pensar en los demás más que en uno mismo		98	99	(141)(142)	
- Formarse su propia opinión, independientemente de lo que piensen los demás		98	99	(143)(144)	

P.34 De las siguientes frases que le menciono, ¿con cuál estaría más de acuerdo? (UNA RESPUESTA).

- Las decisiones políticas las deben tomar exclusivamente los representantes políticos	1	
- Es necesario buscar mecanismos o fórmulas, para que los ciudadanos participen más directamente en la toma de decisiones políticas	2	(145)
- (NO LEER) Depende de la cuestión a decidir	3	
- N.S.	8	
- N.C.	9	

P.35 Cuando se habla de política se utilizan normalmente las expresiones izquierda y derecha. En esta tarjeta hay una serie de casillas que van de izquierda a derecha. ¿En qué casilla se colocaría Ud.? (MOSTRAR TARJETA ESCALA). (PEDIR AL ENTREVISTADO QUE INDIQUE LA CASILLA EN LA QUE SE COLOCARÍA Y REDONDEAR EL NÚMERO CORRESPONDIENTE).

Izda.												Dcha.
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10		
N.S. 98												
N.C. 99 (146)(147)												

P.36 Como Ud. sabe, hay distintos partidos o coaliciones políticas a los que puede votar. ¿Cuál es la probabilidad de que vote a cada uno de los que le voy a mencionar? Utilice para ello esta escala de 0 a 10, sabiendo que el 0 significa que "con toda seguridad no le votaría nunca" y el 10 que "con toda seguridad le votaría siempre". (MOSTRAR TARJETA M).

	Escala	00 – 10	NS	NC	
- PP		98	99	(148)(149)	
- PSOE		98	99	(150)(151)	
- IU		98	99	(152)(153)	

P.37 Algunos acontecimientos políticos o personajes públicos son más conocidos que otros. Queremos saber en qué medida la gente conoce a algunos de ellos.

	Correcto	Incorrecto	NS	NC	
- ¿Me podría decir el nombre del Presidente o Presidenta de la Comunidad Autónoma en la que vive?	1	2	8	9	(154)
- ¿Y el nombre del ministro de Trabajo y Asuntos Sociales?	1	2	8	9	(155)
- ¿Me puede decir quién es el Presidente de Francia?	1	2	8	9	(156)

Página | 214

P.38 Le voy a presentar ahora algunas fórmulas alternativas de organización del Estado en España. Dígame, por favor, ¿con cuál está Ud. más de acuerdo? (**MOSTRAR TARJETA N.**)

- Un Estado con un único Gobierno Central sin autonomías 1
- Un Estado con Comunidades Autónomas como en la actualidad 2
- Un Estado en el que las Comunidades Autónomas tengan mayor autonomía que en la actualidad 3 (157)
- Un Estado en que se reconociese a las Comunidades Autónomas la posibilidad de convertirse en estados independientes 4
- N.S. 8
- N.C. 9

P.39 Por favor, dígame si está muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo o muy en desacuerdo con las siguientes afirmaciones. (**MOSTRAR TARJETA F.**)

1. Muy de acuerdo
2. De acuerdo
3. (**NO LEER**) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. En desacuerdo
5. Muy en desacuerdo

	1	2	3	4	5	NS	NC	
- Casi siempre me resulta difícil decidir por quién votar	1	2	3	4	5	8	9	(158)
- Ir a una manifestación no sirve para nada	1	2	3	4	5	8	9	(159)
- Votar es fácil y no requiere mucho tiempo y esfuerzo	1	2	3	4	5	8	9	(160)
- Ir a una manifestación requiere mucho tiempo y esfuerzo	1	2	3	4	5	8	9	(161)
- Mi voto es inútil, porque no cambia el resultado de las elecciones	1	2	3	4	5	8	9	(162)

P.40 Le voy a leer otra lista de afirmaciones sobre algunas cuestiones de actualidad. Por favor, para cada una de ellas, dígame en qué medida está Ud. de acuerdo o en desacuerdo. (**MOSTRAR TARJETA F.**)

1. Muy de acuerdo
2. De acuerdo
3. (**NO LEER**) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. En desacuerdo
5. Muy en desacuerdo

	1	2	3	4	5	NS	NC	
- Deberíamos proteger el medio ambiente, aunque esto implique bajar nuestro nivel de vida	1	2	3	4	5	8	9	(163)
- Los impuestos deberían reducirse, aunque esto implique tener menos servicios públicos ..	1	2	3	4	5	8	9	(164)
- Los inmigrantes aportan más de lo que reciben	1	2	3	4	5	8	9	(165)
- El Gobierno debe actuar para que todo el mundo tenga una vivienda, aunque eso suponga obligar a poner en alquiler viviendas vacías	1	2	3	4	5	8	9	(166)

P.41 Se habla últimamente acerca de los objetivos que este país debe plantearse para los próximos diez años. En esta tarjeta vienen algunos objetivos a los que distinta gente concedería prioridad, por delante de otros. ¿Quiere decirme cuál de ellos considera Ud. que es el más importante? ¿Y cuál le seguiría en importancia? (**MOSTRAR TARJETA O.**)

	1º en importancia (167)	2º en importancia (168)
- Mantener el orden en el país	1	1
- Dar a la gente más oportunidades para participar en las decisiones políticas	2	2
- Luchar contra la subida de los precios	3	3
- Proteger la libertad de expresión	4	4
- N.S.	8	8
- N.C.	9	9

P.42 Como Ud. sabe, votar es un derecho que tenemos todos, pero nadie está obligado a votar si no puede o no quiere hacerlo. ¿En las elecciones a las Cortes Generales de marzo de 2004, Ud.? (**MOSTRAR TARJETA P.**)

- Fue a votar y votó 1
- Fue a votar, pero no pudo hacerlo 2
- No fue a votar porque no pudo 3 (169)
- Prefirió no votar 4
- No votó porque no tenía edad 5
- N.S. 8
- N.C. 9

P.42a ¿Y a qué partido o coalición votó Ud. en esas elecciones de marzo de 2004?

- PSOE 01
- PP 02
- IU (ICV en Cataluña) 03
- CIU 04
- ERC 05
- PNV 06
- BNG 07
- CC 08
- EA 09
- CHA 10
- Na-Bai 11
- Otro, ¿cuál? 12
- En blanco 96
- No recuerda 98
- N.C. 99

P.43 ¿Se ha abstenido Ud. alguna vez en unas elecciones como forma de protesta?

- Sí 1
- No 2 (172)
- (**NO LEER**) Votó en blanco o nulo para protestar 3
- No recuerda 8
- N.C. 9

P.44 Sexo:

- Hombre 1
- Mujer 2 (173)

P.45 ¿Cuántos años cumplió Ud. en su último cumpleaños?

N.C. 99 (174)(175)

P.46 ¿Cuál es su estado civil?

- Casado/a 1
- Soltero/a 2
- Viudo/a 3 (176)
- Separado/a 4
- Divorciado/a 5
- N.C. 9

P.47 ¿Ha vivido Ud. siempre en esta ciudad o pueblo?

- Sí 1
- No 2 (177)
- N.C. 9

P.47a ¿Cuánto tiempo lleva Ud. viviendo en esta ciudad o pueblo?

Años: (178)(179)

Menos de 1 año ... 00
No recuerda 98
N.C. 99

P.48 ¿Ha ido Ud. a la escuela o cursado algún tipo de estudios? (**ENTREVISTADOR: en caso negativo, preguntar si sabe leer y escribir.**)

- No, es analfabeto 1
- No, pero sabe leer y escribir ... 2
- Sí, ha ido a la escuela 3
- N.C. 9

→ PASAR A P.49

(180)

→ PASAR A P.49

P.48a

↓

P.48a ¿Cuáles son los estudios de más alto nivel oficial que Ud. ha cursado (con independencia de que los haya terminado o no)? Por favor, especifique lo más posible, diciéndome el curso en que estaba cuando los terminó (o los interrumpió), y también el nombre que tenían entonces esos estudios: (ej: 3 años de Estudios Primarios, Primaria, 5º de Bachillerato, Maestría Industrial, Preuniversitario, 4º de EGB, Licenciatura, Doctorado, FP1, etc.).

(ENTREVISTADOR: Si aún está estudiando, anotar el último curso que haya completado. Si no ha completado la Primaria, anotar nº de años que asistió a la escuela).

CURSO _____

NOMBRE (de los estudios) _____

NIVEL (Codificar según T. ESTUDIOS) _____ (181)(182)

P.49 ¿Cómo se define Ud. en materia religiosa: católico, creyente de otra religión, no creyente o ateo?

- Católico 1
 - Creyente de otra religión 2
 - No creyente 3 (183)
 - Ateo 4
 - N.C. 9

↓

P.49a ¿Con qué frecuencia asiste Ud. a misa u otros oficios religiosos, sin contar las ocasiones relacionadas con ceremonias de tipo social, por ejemplo, bodas, comuniones o funerales?

- Casi nunca 1
 - Varias veces al año 2
 - Alguna vez al mes 3 (184)
 - Casi todos los domingos y festivos .. 4
 - Varias veces a la semana 5
 - N.C. 9

P.50 ¿Quién es la persona que aporta más ingresos al hogar?

- El entrevistado 1
 - Otra persona 2
 - (NO LEER) El entrevistado y otra persona casi a partes iguales 3 (185)
 - N.C. 9

P.51 ¿En cuál de las siguientes situaciones se encuentra Ud. actualmente? (MOSTRAR TARJETA Q).

- Trabaja 1
 - Jubilado o pensionista (anteriormente ha trabajado) 2
 - Pensionista (anteriormente no ha trabajado, sus labores, etc.) 3
 - Parado y ha trabajado antes 4 (186)
 - Parado y busca su primer empleo 5
 - Estudiante 6
 - Trabajo doméstico no remunerado 7
 - Otra situación, ¿cuál? 8
 - N.C. 9

ENTREVISTADOR: Las preguntas 52, 53, 53a y 54 referirías:

- al trabajo actual (si 1 en P.51)

- al último trabajo (si 2 ó 4 en P.51)

- al trabajo del cabeza de familia (si 3,5,6,7 u 8 en P.51)

P.52 ¿Y cuál es/era su actual/última ocupación u oficio? Es decir, ¿en qué consiste/tia específicamente su trabajo? (Precisar lo más posible las actividades realizadas, EJEMPLO: mecánico reparador de automóviles, ayudante de odontología, profesor de enseñanza primaria, etc.). Nos referimos a su ocupación principal: aquélla por la que Ud. (o el cabeza de familia) obtiene/nia mayores ingresos.

_____ (187)(188)(189)

N.C. 999

P.53 ¿Ud. (o el cabeza de familia) trabaja (o trabajaba) como... (MOSTRAR TARJETA R).

- Asalariado fijo (a sueldo, comisión, jornal, etc., con carácter fijo) 1
 - Asalariado eventual o interino (a sueldo, comisión, jornal, etc., con carácter temporal o interino) 2
 - Empresario o profesional con asalariados 3
 - Profesional o trabajador autónomo (sin asalariados). 4 (190)
 - Ayuda familiar (sin remuneración reglamentada en la empresa o negocio de un familiar) 5
 - Miembro de una cooperativa 6
 - Otra situación, ¿cuál? 7
 - N.C. 9

↓

P.53a ¿Trabaja/ba Ud. (o el cabeza de familia) en la Administración Pública, en una empresa pública, en una empresa privada, en una organización privada sin fines de lucro o en el servicio doméstico?

- Administración Pública 1
 - Empresa pública 2
 - Empresa privada 3
 - Organización sin fines de lucro 4 (191)
 - Servicio doméstico 5
 - Otros (especificar) 6
 - N.C. 9

ENTREVISTADOR: Si se trata de un funcionario, anote también Grupo (A,B,C,D,E) y Nivel del puesto de trabajo (1-30).

Grupo _____ Nivel _____

A TODOS

P.54 ¿A qué actividad se dedica principalmente la empresa u organización donde Ud. (o el cabeza de familia) trabaja/ba? (EJEMPLOS: fábrica de artículos de deporte, correos, alquiler de coches, electricidad, reparaciones, industria del cuero, etc.).

(Anotar) _____ (192)(193)

N.C. 99

P.55 En un día laborable cualquiera, ¿de cuánto tiempo libre diría Ud. que dispone, una vez descontadas las obligaciones laborales, familiares y del hogar, así como las horas de sueño?

Anotar horas: _____ (194)(195)

Anotar minutos (si es necesario): _____ (196)(197)

(NO LEER) Todo el día 95
 N.S. 98
 N.C. 99

P.56 Actualmente, entre todos los miembros del hogar (incluido el entrevistado) y por todos los conceptos, ¿de cuántos ingresos netos disponen por término medio en su hogar al mes? No le pido que me indique la cantidad exacta, sino que me señale en esta tarjeta en qué tramo de la escala están comprendidos los ingresos de su hogar.
(MOSTRAR TARJETA INGRESOS. Si el entrevistado contesta en pesetas, pasar la cantidad a euros).

- | | | |
|-------------------------------|----|------------|
| - Menos o igual a 300 € | 01 | |
| - De 301 a 600 € | 02 | |
| - De 601 a 900 € | 03 | |
| - De 901 a 1.200 € | 04 | |
| - De 1.201 a 1.800 € | 05 | (198)(199) |
| - De 1.801 a 2.400 € | 06 | |
| - De 2.401 a 3.000 € | 07 | |
| - De 3.001 a 4.500 € | 08 | |
| - De 4.501 a 6.000 € | 09 | |
| - Más de 6.000 € | 10 | |
| - N.C. | 99 | |

P.57 ¿Le importaría darme su nº de teléfono?

(ENTREVISTADOR: EXPLICAR QUE ES PARA QUE EL CIS PUEDA HACER UNA POSIBLE COMPROBACIÓN TELEFÓNICA DE QUE LA ENTREVISTA HA SIDO REALIZADA).

- | | | |
|-----------------------------------|---|----------------|
| - Tiene teléfono y da número | 1 | teléfono |
| - No tiene teléfono | 2 | |
| - Tiene teléfono y no da número . | 3 | (200) |
| - N.C. | 9 | |

7. BIBLIOGRAFÍA

- Abramson, P. R. and Aldrich, J. H. (1982) The decline of electoral participation in America, *American Political Science Review*, **76**, 502-521.
- Adams, N., Haston, S., Gillespie, N. and Macintosh, A. (2003) Conventional and Electronic Service Delivery within Public Authorities: The Issues and Lessons from the Private Sector
Electronic Government, Vol. 2739 Springer Berlin / Heidelberg, pp. 1071-1071.
- Adams, N., Macintosh, A., Johnston, J., Funabashi, M. and Grzech, A. (2005) E-Petitioning: Enabling Ground-Up Participation, In *Challenges of Expanding Internet: E-Commerce, E-Business, and E-Government. 5th IFIP Conference e-Commerce, e-Business, and e-Government (I3E'2005), October 28–30, 2005, Poznan, Poland*, Vol. 189 (Eds, Funabashi, M. and Grzech, A.) Springer Boston, pp. 265-279.
- Ajzen, I. (1991) The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, **50**, 179-211.
- Ajzen, I. (2001) Nature and operation of attitudes, *Annual review of psychology*, **52**, 27-58.
- Ajzen, I. and Fishbein, M. (2000) Attitudes and the attitude-behavior relation: Reasoned and automatic processes, *European review of social psychology*, **11**, 1-33.
- Almond, G. and Verba, S. (1963) *The civic culture: Political attitudes and democracy in five countries*, Princeton University Press.
- Althaus, S. L. and Tewksbury, D. (2000) Patterns of Internet and Traditional News Media Use in a Networked Community, *Political Communication*, **17**, 21-45.
- Althaus, S. L. and Tewksbury, D. (2002) Agenda Setting and the "new" news Patterns of Issue Importance Among Readers of the Paper and Online Versions of the New York Times, *Communication Research*, **29**, 180-207.
- Amadae, S. M. and Bueno de Mesquita, B. (1999) The Rochester School: The Origins of Positive Political Theory, *Annual Review of Political Science*, **2**, 269-295.
- Amedeo, J. A. (2007) Patterns of Internet use and political engagement among youth, In *Young Citizens and New Media: Learning for Democratic Participation*(Ed, Dahlgren, P.) Routledge, New York.
- Anduiza, E., Cantijoch, M., Colombo, C., Gallego, A. and Salcedo, J. (2010a) Los usos políticos de Internet en España, *Revista española de investigaciones Sociológicas*, **129**, 133-146.
- Anduiza, E., Cantijoch, M., Gallego, A. and Salcedo, J. (2010b) *Internet y participación política en España*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.
- Attewell, P. (2001) The first and second digital divides, *Sociology of Education*, **74**, 252-259.
- Axtell, R. (2000) Why Agents? On the Varied Motivations for Agent Computing in the Social Sciences, In *Proceedings of the Workshop on Agent Simulation: Applications, Models and Tools*(Ed, Axtell, R.) Argonne National Laboratory, Argonne, pp. 3-24.
- Barnes, S. H., Kaase, M. and Allerbeck, K. R. (1979) *Political action: Mass participation in five western democracies*, Sage Publications, Beverly Hills.
- Baron, R. M. and Kenny, D. A. (1986) The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, **51**, 1173-1182.
- Becker, G. S. (1996) *Accounting for tastes*, Harvard University Press.
- Belanger, F. and Carter, L. (2009) The impact of the digital divide on e-government use, *Communications of the ACM*, **52**, 132-135.
- Bennet, L. W. and Toft, A. (2009) Identity, technology, and narratives. Transnational activism and social networks, In *Handbook of Internet Politics*(Eds, Chadwick, A. and Howard, P. N.) Routledge, London, pp. 246-260.

- Best, S. J. and Krueger, B. S. (2005) Analyzing the representativeness of internet political participation, *Political Behavior*, **27**, 183-216.
- Bimber, B. (2001) Information and Political Engagement in America: The Search for Effects of Information Technology at the Individual Level, *Political Research Quarterly*, **54**, 53-67.
- Bimber, B. A. (2003) *Information and American democracy: Technology in the evolution of political power*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Bonet, E., Martín, I. and Montero, J. R. G. (2006) Las actitudes políticas de los españoles, In *Ciudadanos, asociaciones y participación en España*(Eds, Montero, J. R. G., Font, J. and Torcal Oriente, M. E.) Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, pp. 105-132.
- Bonfadelli, H. (2002) The Internet and Knowledge Gaps, *European Journal of Communication*, **17**, 65-84.
- Boogers, M. and Voerman, G. (2003) Surfing citizens and floating voters: results of an online survey of visitors to political Web sites during the Dutch 2002 general elections, *Information Polity*, **8**, 17-27.
- Borge, R. and Cardenal, A. S. (2011) Surfing the Net: A Pathway to Participation for the Politically Uninterested?, *Policy & Internet*, **3**, 3.
- Boudon, R. (2006) Homo sociologicus: neither a rational nor an irrational idiot, *Papers: Revista de Sociologia*, **80**, 149-169.
- Boulianne, S. (2009) Does Internet use affect engagement? A meta-analysis of research, *Political Communication*, **26**, 193-211.
- Brady, H. E., Verba, S. and Schlozman, K. L. (1995) Beyond SES: A resource model of political participation, *American Political Science Review*, **89**, 271-294.
- Brandtweiner, R., Donat, E. and Kerschbaum, J. (2010) How to become a sophisticated user: a two-dimensional approach to e-literacy, *New Media & Society*, **12**, 813-833.
- Browne, M. (1968) A comparison of factor analytic techniques, *Psychometrika*, **33**, 267-334.
- Calenda, D. and Mosca, L. (2007) The political use of the Internet some insights from two surveys of Italian students, *Information Communication & Society*, **10**, 29-47.
- Calle, Á. (2007) El estudio del impacto de los movimientos sociales. Una perspectiva global, *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, **120**, 133-153.
- Caprara, G. V. and Zimbardo, P. G. (2004) Personalizing Politics: A Congruency Model of Political Preference, *American Psychologist*, **59**, 581-594.
- Castells, M. (1996) *The rise of the network society*, Blackwell Publishers Oxford.
- Castells, M. (2010) *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture*, Wiley-Blackwell, London.
- Centeno, C. (2004) Adoption of Internet services in the Acceding and Candidate Countries, lessons from the Internet banking case, *Telematics and Informatics*, **21**, 293-315.
- Citrin, J. and Muste, C. (1999) Trust in government. Measures of political attitudes., In *Measures of personality and social psychological attitudes*(Eds, Robinson, J., Shaver, P. R. and Wrightsman, L. S. E.) Academic Press, San Diego, CA, pp. 465-532.
- Cliff, N. (1988) The Eigenvalues-Greater-Than-One Rule and the Reliability of Components, *Psychological Bulletin*, **103**, 276-279.
- Cohen, A., Vigoda, E. and Samorly, A. (2001) Analysis of the Mediating Effect of Personal-Psychological Variables on the Relationship Between Socioeconomic Status and Political Participation: A Structural Equations Framework, *Political Psychology*, **22**, 727-757.
- Coleman, J. S. (1986a) *Individual Interests and Collective Action: Selected Essays*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Coleman, J. S. (1986b) Social theory, social research, and a theory of action, *American Journal of Sociology*, **91**, 1309-1335.
- Coleman, S. (2005) Blogs and the New Politics of Listening, *The Political Quarterly*, **76**, 272-280.
- Conover, P. J. and Feldman, S. (1984) How people organize the political world: A schematic model, *American Journal of Political Science*, **28**, 95-126.

- Conover, P. J., Searing, D. D. and Crewe, I. M. (2002) The deliberative potential of political discussion, *British Journal of Political Science*, **32**, 21-62.
- Craig, S. C., Niemi, R. G. and Silver, G. E. (1990) Political efficacy and trust: A report on the NES pilot study items, *Political Behavior*, **12**, 289-314.
- Criado, J. I. and Ramilo, M. C. (2001) e-Administración: ¿ Un reto o una nueva moda? Problemas y perspectivas de futuro en torno a Internet y las tecnologías de la información y la comunicación en las Administraciones públicas del siglo XXI, *Revista Vasca de Administración Pública*, **61**, 1-21.
- Criado, J. I. and Ramilo, M. C. (2003) E-government in practice: an analysis of web site orientation to the citizens in Spanish municipalities, *International Journal of Public Sector Management*, **16**, 191-218.
- Dahlberg, L. (2001) Democracy via cyberspace - Mapping the rhetorics and practices of three prominent camps, *New Media & Society*, **3**, 157-177.
- Dalrymple, K. E. and Scheufele, D. A. (2007) Finally Informing the Electorate? How the Internet Got People Thinking about Presidential Politics in 2004, *The Harvard International Journal of Press/Politics*, **12**, 96-111.
- Dalton, R. J. (2008) Citizenship norms and the expansion of political participation, *Political Studies*, **56**, 76-98.
- Davis, F. D. (1989) Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, **13**, 319-340.
- De Marco, S., Antino, M. and Robles, J. M. (2012) Assessing a measurement model for Digital Political Participation: a multidisciplinary point of view., In *Empowering Open and Collaborative Governance: Technologies and Methods for On-line Citizen Engagement in Public Policy Making*. (Eds, Charalabidis, Y. and Koussouris, S.) Springer, Berlin.
- Del Castillo, P. R. (2004) Nota metodológica sobre los indicadores del barómetro del CIS, *Revista española de investigaciones sociológicas*, **108**, 151-178.
- Delli Carpini, M. X. (2000) Gen.com: Youth, civic engagement, and the new information environment, *Political Communication*, **17**, 341-349.
- Denters, B., Gabriel, O. and Torcal, M. (2007) Norms of good citizenship, In *Citizenship and involvement in European democracies: a comparative analysis* (Eds, Van Deth, J. W., Montero, J. R. G. and Westholm, A.) Routledge, New York, pp. 88-108.
- Di Gennaro, C. and Dutton, W. (2006) The Internet and the Public: Online and Offline Political Participation in the United Kingdom, *Parliamentary Affairs*, **59**, 299-313.
- DiMaggio, P. and Bonikowski, B. (2008) Make Money Surfing the Web? The Impact of Internet Use on the Earnings of U.S. Workers, *American Sociological Review*, **73**, 227-250.
- DiMaggio, P. and Hargittai, E. (2001) From the 'Digital Divide' to 'Digital Inequality': Studying Internet Use as Penetration Increases, *Working paper*.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Celeste, C. and Shafer, S. (2004) From unequal access to differentiated use: A literature review and agenda for research on digital inequality, In *Social Inequality* (Ed, Neckerman, K. M.) Russell Sage Foundation, New York, NY.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Neuman, R. W. and Robinson, J. P. (2001) Social implications of the Internet, *Annual Review of Sociology*, **27**, 307-336.
- Drew, D. and Weaver, D. (2006) Voter Learning in the 2004 Presidential Election: Did the Media Matter?, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, **83**, 25-42.
- Eagly, A. H. and Chaiken, S. (1993) *The psychology of attitudes*, Harcourt Brace Jovanovich College Publishers, Orlando.
- Elster, J. (1983) *Explaining technical change: A case study in the philosophy of science*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Ergazakis, K., Metaxiotis, K. and Tsitsanis, T. (2011) A State-of-The-Art Review of Applied Forms and Areas, Tools and Technologies for e-Participation, *International Journal of Electronic Government Research* **7**, 1-19.

- Esser, F. and de Vreese, C. H. (2007) Comparing Young Voters' Political Engagement in the United States and Europe, *American Behavioral Scientist*, **50**, 1195-1213.
- Eveland, W. P. and Dylko, I. (2007) Reading political blogs during the 2004 election campaign: Correlates and political consequences, In *Blogging, citizenship, and the future of media*(Ed, Tremayne, M.) Routledge, New York, pp. 105-126.
- Eveland, W. P., Seo, M. and Marton, K. (2002) Learning From the News in Campaign 2000: An Experimental Comparison of TV News, Newspapers, and Online News, *Media Psychology*, **4**, 353-378.
- Farrell, H. and Drezner, D. (2008) The power and politics of blogs, *Public Choice*, **134**, 15-30.
- Ferrer, M., Medina, L. and Torcal, M. (2006) La participación política: factores explicativos, In *Ciudadanos, asociaciones y participación en España*(Eds, Montero, J. R., Font, J. and Torcal, M.) Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.
- Field, A. P. (2005) *Discovering statistics using SPSS*, Sage Publications, London.
- Fishbein, M. and Ajzen, I. (1975) *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*, Addison-Wesley Pub. Co., MA.
- Freese, J., Rivas, S. and Hargittai, E. (2006) Cognitive ability and Internet use among older adults, *Poetics*, **34**, 236-249.
- Fuchs, C. (2010) Social Software and Web 2.0: Their Sociological Foundations and Implications, In *Handbook of Research on Web 2.0, 3.0, and X.0: Technologies, Business, and Social Applications*(Ed, Murugesan, S.) IGI Global, Hershey, PA, pp. 763-789.
- Fudge, M. and Van Ryzin, G. (2012) Individual and Contextual Determinants of Citizens Use of Government Websites, *International Journal of Technology Diffusion*, **3**, 44-58.
- Gibson, R. K., Lusoli, W. and Ward, S. (2005) Online Participation in the UK: Testing a 'Contextualised' Model of Internet Effects, *The British Journal of Politics & International Relations*, **7**, 561-583.
- Gil de Zúñiga, H., Veenstra, A., Vraga, E. and Shah, D. (2010) Digital democracy: Reimagining pathways to political participation, *Journal of Information Technology & Politics*, **7**, 36-51.
- Gilbert, N. (2007) *Agent-Based Models*, Sage Publications, London.
- Gintis, H. (2004) Towards the Unity of the Human Behavioral Sciences, *Politics, Philosophy & Economics*, **3**, 37-57.
- Goldfarb, A. and Prince, J. (2008) Internet adoption and usage patterns are different: Implications for the digital divide, *Information Economics and Policy*, **20**, 2-15.
- Goss, E. and Phillips, J. (2002) How information technology affects wages: Evidence using internet usage as a proxy for IT skills, *Journal of Labor Research*, **23**, 463-474.
- Hacker, K. and van Dijk, J. (2000) *Digital Democracy, Issues of theory and practice*, Sage, London.
- Hague, B. N. and Loader, B. D. (1999) *Digital democracy: Discourse and decision making in the information age*, Routledge, New York, NY.
- Hardy, B. W. and Scheufele, D. A. (2005) Examining Differential Gains From Internet Use: Comparing the Moderating Role of Talk and Online Interactions, *Journal of Communication*, **55**, 71-84.
- Hargittai, E. (2002a) Beyond logs and surveys: In-depth measures of people's web use skills, *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, **53**, 1239-1244.
- Hargittai, E. (2002b) Second-level digital divide: Differences in people's online skills, *First Monday*, **7**, 1-20.
- Hargittai, E. (2008) Whose Space? Differences Among Users and Non-Users of Social Network Sites, *Journal of Computer-Mediated Communication*, **13**, 276-297.
- Hargittai, E. (2010) Digital Na(t)ives? Variation in Internet Skills and Uses among Members of the "Net Generation"*, *Sociological Inquiry*, **80**, 92-113.

- Hargittai, E. and Hinnant, A. (2008) Digital Inequality: Differences in Young Adults' Use of the Internet, *Communication Research*, **35**, 602-621.
- Hargittai, E. and Walejko, G. (2008) The participation divide: Content creation and sharing in the digital age., *Information Communication Society*., **11**, 239-256.
- Harman, H. H. (1980) *Análisis factorial moderno*, Saltés, Madrid.
- Hassani, S. N. (2006) Locating digital divides at home, work, and everywhere else, *Poetics*, **34**, 250-272.
- Hayton, J. C., Allen, D. G. and Scarpello, V. (2004) Factor retention decisions in exploratory factor analysis: A tutorial on parallel analysis, *Organizational Research Methods*, **7**, 191-205.
- Hedström, P. (2005) *Dissecting the Social: On the Principles of Analytical Sociology* Cambridge University Press, Cambridge.
- Hedström, P. (2006) Explaining social change: An analytical approach, *Papers: Revista de Sociologia*, **80**, 73-95.
- Held, D. (1996) *Modelos de democracia*, Alianza Editorial, Madrid.
- Herrnson, P. S., Stokes-Brown, A. K. and Hindman, M. (2007) Campaign Politics and the Digital Divide, *Political Research Quarterly*, **60**, 31-42.
- Horn, J. L. (1965) A rationale and test for the number of factors in factor-analysis, *Psychometrika*, **30**, 179-185.
- Horrigan, J. (2002) Getting Serious Online: As Americans Gain Experience, They Use the Web More at Work, Write Emails with More Significant Content, Perform More Online Transactions, and Pursue More Serious Activities, In *Pew Internet and American Life Project* Washington, D.C.
- Howard, P. E. N., Rainie, L. and Jones, S. (2001) Days and Nights on the Internet, *American Behavioral Scientist*, **45**, 383-404.
- Huang, P., Lurie, N. H. and Mitra, S. (2009) Searching for Experience on the Web: An Empirical Examination of Consumer Behavior for Search and Experience Goods, In *Journal of Marketing*, Vol. 73 American Marketing Association, pp. 55-69.
- Hyvönen, E., Viljanen, K., Tuominen, J., Seppälä, K., Bechhofer, S., Hauswirth, M., Hoffmann, J. and Koubarakis, M. (2008) Building a National Semantic Web Ontology and Ontology Service Infrastructure –The FinnONTO Approach
- The Semantic Web: Research and Applications, Vol. 5021 Springer Berlin / Heidelberg, pp. 95-109.
- Inglehart, R. (1990) *Culture shift in advanced industrial society*, Princeton University Press, Princeton.
- Janssen, D. and Kies, R. (2005) Online Forums and Deliberative Democracy, *Acta Politica*, **40**, 18.
- Jensen, M. J., Danziger, J. N. and Venkatesh, A. (2007) Civil Society and Cyber Society: The Role of the Internet in Community Associations and Democratic Politics, *The Information Society: An International Journal*, **23**, 39 - 50.
- Johnson, T. J. and Kaye, B. K. (2004) Wag the Blog: How Reliance on Traditional Media and the Internet Influence Credibility Perceptions of Weblogs Among Blog Users, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, **81**, 622-642.
- Juris, J. (2004) Networked Social Movements: Global Movements for Global Justice, In *The Network Society: A Global Perspective*(Ed, Castells, M.) Edgar Elgar, New York.
- Kenski, K. and Stroud, N. J. (2006) Connections Between Internet Use and Political Efficacy, Knowledge, and Participation, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, **50**, 173 - 192.
- Klotz, R. J. (2007) Internet Campaigning for Grassroots and Astroturf Support, *Social Science Computer Review*, **25**, 3-12.
- Krueger, B. S. (2002) Assessing the Potential of Internet Political Participation in the United States, *American Politics Research*, **30**, 476-498.

- Kymlicka, W. and Norman, W. (2000) *Citizenship in culturally diverse societies: issues, contexts, concepts*, Oxford University Press, Oxford.
- Lane, R. (1959) *Political life. Why and How the People Get Involved in Politics*, Free Press, New York.
- Laraña, E., Johnston, H. and Gusfield, J. R. (1994) *New social movements: From ideology to identity*, Temple University Press, Philadelphia.
- Levi, M. and Stoker, L. (2000) Political Trust and Trustworthiness, *Annual Review of Political Science*, **3**, 475-507.
- Lijphart, A. (1997) Unequal participation: Democracy's unresolved dilemma, *The American political science review*, **91**, 1-14.
- Lindell, M. K. and Whitney, D. J. (2001) Accounting for common method variance in cross-sectional research designs, *Journal of applied psychology*, **86**, 114-121.
- Linn, R. L. (1968) A Monte Carlo approach to the number of factor problem, *Psychometrika*, **33**, 37-71.
- Livingstone, S., Bober, M. and Helsper, E. J. (2005) Active participation or just more information? Young people's take-up of opportunities to act and interact on the Internet, *Information, Communication & Society*, **8**, 287 - 314.
- Livingstone, S. and Helsper, E. (2007) Gradations in digital inclusion: children, young people and the digital divide, *New Media & Society*, **9**, 671-696.
- Lizón, Á. (2006) Estadística y causalidad en la sociología empírica del XX, *Papers: Revista de Sociologia*, **80**, 223-255.
- Lupia, A. and Baird, Z. (2003) Can Web Sites Change Citizens? Implications of Web White and Blue 2000, *Political Science & Politics*, **36**, 77-82.
- Lupia, A. and Philpot, T. S. (2005) Views from Inside the Net: How Websites Affect Young Adults' Political Interest, *Journal of Politics*, **67**, 1122-1142.
- Lusoli, W., Ward, S. and Gibson, R. (2006) (Re) connecting politics? Parliament, the public and the Internet, *Parliamentary Affairs*, **59**, 24-42.
- Mansbridge, J. (2003) Rethinking representation, *American Political Science Review*, **97**, 515-528.
- Manzo, G. (2010) Analytical Sociology and Its Critics, *European Journal of Sociology / Archives Européennes de Sociologie*, **51**, 129-170.
- March, L. (2004) Russian parties and the political internet, *Europe-Asia Studies*, **56**, 369-400.
- Margolis, M. and Resnick, D. (2000) *Politics as usual: the cyberspace "revolution"*, Sage Publications, Thousand Oaks, Calif.
- McAdam, D. (1988) Micromobilization contexts and recruitment to activism, *International Social Movement Research*, **1**, 125-54.
- McCarthy, J. D. and Zald, M. N. (1977) Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory, *American Journal of Sociology*, **82**, 1212-1241.
- Meijer, A. J., Burger, N. and Ebbers, W. (2009) Citizens4Citizens: mapping participatory practices on the Internet, *The Electronic Journal of e-Government*, **7**, 99-112.
- Melucci, A. (1989) *Nomads of the Present. Social Movements and Individual Needs in Contemporary Society*, Hutchinson Radius, London.
- Melucci, A. (2001) *Vivencia y convivencia: teoría social para una era de la información*, Trotta, Madrid.
- Micheletti, M. (2003) *Political virtue and shopping: Individuals, consumerism, and collective action*, Palgrave Macmillan, New York, NY.
- Milbrath, L. (1977) *Political Participation: How and Why Do People Get Involved in Politics*, Rand Mc Nally Publishing Co, Chicago.
- Miller, A. H. and Listhaug, O. (1990) Political Parties and Confidence in Government: A Comparison of Norway, Sweden and the United States, *British Journal of Political Science*, **20**, 357-386.

- Min, S.-J. (2010) From the Digital Divide to the Democratic Divide: Internet Skills, Political Interest, and the Second-Level Digital Divide in Political Internet Use, *Journal of Information Technology & Politics*, **7**, 22-35.
- Mocnik, D. and Sirec, K. (2010) The determinants of Internet use controlling for income level: Cross-country empirical evidence, *Information Economics and Policy*, **22**, 243-256.
- Montero, J. R., Zmerli, S. and Newton, K. (2008) Confianza social, confianza política y satisfacción con la democracia, *Revista española de investigaciones Sociológicas*, **122**, 11-54.
- Moon, M. J. (2002) The Evolution of E-Government among Municipalities: Rhetoric or Reality?, *Public Administration Review*, **62**, 424-433.
- Morozov, E. (2011) *The net delusion: the dark side of internet freedom*, Public Affairs, New York.
- Mossberger, K., Tolbert, C. J. and McNeal, R. S. (2007) *Digital citizenship: The Internet, society, and participation*, Mit Press, Boston.
- Mossberger, K., Tolbert, C. J. and Stansbury, M. (2003) *Virtual inequality: Beyond the digital divide*, Georgetown University Press, Georgetown.
- Mutz, D. C. (2005) Social Trust and E-Commerce, *Public Opinion Quarterly*, **69**, 393-416.
- Mutz, D. C. (2009) Effects of Internet Commerce on Social Trust, *Public Opinion Quarterly*, **73**, 439-461.
- Nah, S., Veenstra, A. S. and Shah, D. V. (2006) The Internet and Anti-War Activism: A Case Study of Information, Expression, and Action, *Journal of Computer-Mediated Communication*, **12**, 230-247.
- Nam, T. (2011) Whose e-democracy? The democratic divide in American electoral campaigns, *Information Polity*, **16**, 131-150.
- Newton, K. and Norris, P. (2000) Confidence in public institutions, In *Disaffected Democracies. What's Troubling the Trilateral Countries*(Eds, Parr, S. J. and Putnam, R. D. E.) Princeton University Press, Princeton, NJ.
- Niemi, R. G., Craig, S. and Mattei, F. (1991a) Measuring internal political efficacy in the 1988 National Election Study, *The American political science review*, **85**, 1407-1413.
- Niemi, R. G., Craig, S. C. and Mattei, F. (1991b) Measuring Internal Political Efficacy in the 1988 National Election Study, *American Political Science Review*, **85**, 1407-1413.
- Nisbet, M. C. and Scheufele, D. A. (2004) Political Talk as a Catalyst for Online Citizenship, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, **81**, 877-896.
- Noguera, J. A. (2010) *Teoría sociológica analítica*, CIS: Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.
- Norris, P. (2001) *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Norris, P. (2003) Preaching to the Converted? Pluralism, Participation and Party Websites., *Party Politics*, **9**, 21-45.
- Norris, P. and Curtice, J. (2006) If you build a political web site, will they come?, *International Journal of Electronic Government Research*, **2**, 1-21.
- Oates, B. J. (2003) The potential contribution of ICTs to the political process, *Electronic Journal of e-Government*, **1**, 33-42.
- Olson, M. (1986) A Theory of the Incentives Facing Political Organizations, *International Political Science Review*, **7**, 165-189.
- Oostveen, A.-M. and van den Besselaar, P. (2004) Internet voting technologies and civic participation: The users'perspective, *Javnost-The Public*, **11**, 61-78.
- Oravec, J. A. (2005) Preventing E-Voting Hazards: The Role of Information Professionals, *Journal of Organizational and End User Computing*, **17**, i-iv.
- Orum, A. M. (1989) *Introduction to political sociology: the social anatomy of the body politic*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.

- Pattie, C. J., Seyd, P. and Whiteley, P. (2004) *Citizenship in Britain: values, participation and democracy*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Pedersen, K. and Saglie, J. (2005) New Technology in Ageing Parties, *Party Politics*, **11**, 359-377.
- Pescosolido, B. A. and Georgianna, S. (1989) Durkheim, suicide, and religion: toward a network theory of suicide, *American Sociological Review*, **54**, 33-48.
- Peter, J. and Valkenburg, P. M. (2006) Adolescents' internet use: Testing the "disappearing digital divide" versus the "emerging digital differentiation" approach, *Poetics*, **34**, 293-305.
- Petty, R. E., Wegener, D. T. and Fabrigar, L. R. (1997) Attitudes and attitude change, *Annual review of psychology*, **48**, 609-647.
- Pharr, S. J. and Putnam, R. D. (2000) *Disaffected democracies: what's troubling the trilateral countries?*, Princeton University Press Princeton, NJ.
- Quintelier, E. and Vissers, S. (2008) The Effect of Internet Use on Political Participation An Analysis of Survey Results for 16-Year-Olds in Belgium, *Social Science Computer Review*, **26**, 411-427.
- Reuveny, R. and Li, Q. (2003) Economic Openness, Democracy, and Income Inequality, *Comparative Political Studies*, **36**, 575-601.
- Rice, R. E. and Katz, J. E. (2003) Comparing internet and mobile phone usage: digital divides of usage, adoption, and dropouts, *Telecommunications Policy*, **27**, 597-623.
- Robinson, J. P., DiMaggio, P. and Hargittai, E. (2003) New social survey perspectives on the digital divide, *IT & Society*, **1**, 1-22.
- Robles, J. M. (2008) *Ciudadanía digital: una introducción a un nuevo concepto de ciudadano*, Editorial UOC, Barcelona.
- Rohan, M. J. (2000) A Rose by Any Name? The Values Construct, *Personality and Social Psychology Review*, **4**, 255-277.
- Ruiz, M. A., Pardo, A. and San Martín Castellanos, R. (2010) Modelos de ecuaciones estructurales, *Papeles del psicólogo: revista del Colegio Oficial de Psicólogos*, **31**, 34-45.
- Sæbø, Ø., Rose, J., Nyvang, T., Macintosh, A. and Tambouris, E. (2009) The Role of Social Networking Services in eParticipation, Vol. 5694 Springer Berlin / Heidelberg, pp. 46-55.
- Sæbø, Ø., Rose, J. and Skiftenes Flak, L. (2008) The shape of eParticipation: Characterizing an emerging research area, *Government Information Quarterly*, **25**, 400-428.
- Scheufele, D. A. and Nisbet, M. C. (2002) Being a Citizen Online, *The Harvard International Journal of Press/Politics*, **7**, 55-75.
- Schoenbach, K., de Waal, E. and Lauf, E. (2005) Research Note: Online and Print Newspapers, *European Journal of Communication*, **20**, 245-258.
- Scholl, H. J. J. (2005) The Dimensions of Business Process Change in Electronic Government, In *Electronic Government Strategies and Implementation*(Eds, Huang, W., Siau, K. and KK, W.) Idea Group Publishing, Hershey, PA.
- Schweitzer, E. J. (2005) Election Campaigning Online German Party Websites in the 2002 National Elections, *European Journal of Communication*, **20**, 327-351.
- Shah, D. V., Cho, J., Eveland, W. P. and Kwak, N. (2005) Information and Expression in a Digital Age, *Communication Research*, **32**, 531-565.
- Shah, D. V., Cho, J., Nah, S., Gotlieb, M. R., Hwang, H., Lee, N.-J., Scholl, R. M. and McLeod, D. M. (2007) Campaign Ads, Online Messaging, and Participation: Extending the Communication Mediation Model, *Journal of Communication*, **57**, 676-703.
- Shah, D. V., Kwak, N. and Holbert, L. R. (2001) "Connecting" and "Disconnecting" With Civic Life: Patterns of Internet Use and the Production of Social Capital, *Political Communication*, **18**, 141-162.
- Shynkaruk, A. (2005) Re@ I and virtual power: Political technologies in parties' development in ukraine and russia: Centro Argentino de Estudios Internacionales, In *Área CEI y Países Bálticos*.

- Sniderman, P. M. and Grob, D. B. (1996) Innovations in experimental design in attitude surveys, *Annual Review of Sociology*, **22**, 377-399.
- Stafford, T. F., Stafford Royne, M. and Schkade, L. L. (2004) Determining Uses and Gratifications for the Internet, *Decision Sciences*, **35**.
- Stern, M. J., Adams, A. E. and Elsasser, S. (2009) Digital Inequality and Place: The Effects of Technological Diffusion on Internet Proficiency and Usage across Rural, Suburban, and Urban Counties, *Sociological Inquiry*, **79**, 391-417.
- Subirats, J. (2002) Los dilemas de una relación inevitable. Innovación democrática y tecnologías de la información y de la comunicación, In *Democracia Digital. Límites y oportunidades*(Ed, Cairo Carou, H.) Trotta, Madrid, pp. 89-111.
- Sylvester, D. E. and McGlynn, A. J. (2010) The Digital Divide, Political Participation, and Place, *Social Science Computer Review*, **28**, 64-74.
- Tajfel, H., Fraser, C. and Jaspars, J. M. F. (1984) *The social dimension: European studies in Social Psychology*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Tedesco, J. C. (2004) Web interactivity and young adult political efficacy, In *The Internet election: Perspectives on the Web in campaign 2004*(Eds, Williams, A. P. and C., T. J.) Rowman and Littlefield Publishers, Oxford, pp. 187-202.
- Tewksbury, D. and Althaus, S. L. (2000) Differences in Knowledge Acquisition among Readers of the Paper and Online Versions of a National Newspaper, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, **77**, 457-479.
- Tewksbury, D., Weaver, A. J. and Maddex, B. D. (2001) Accidentally Informed: Incidental News Exposure on the World Wide Web, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, **78**, 533-554.
- Theocharis, Y. (2011) Young people, political participation and online postmaterialism in Greece, *New Media & Society*, **13**, 203-223.
- Tilly, C. (1978) *From mobilization to revolution*, Reading mass: Addison-Wesley, Boston.
- Tkach-Kawasaki, L. M. (2003) Politics@ Japan, *Party Politics*, **9**, 105-123.
- Tolbert, C. J. and McNeal, R. S. (2003) Unraveling the effects of the Internet on political participation?, *Political Research Quarterly*, **56**, 175-185.
- Tsfati, Y. (2010) Online News Exposure and Trust in the Mainstream Media: Exploring Possible Associations, *American Behavioral Scientist*, **54**, 22-42.
- Udo, G. J. (2001) Privacy and security concerns as major barriers for e-commerce: A survey study, *Information Management & Computer Security*, **9**, 165-174.
- Valencia, J. F. (1990) La lógica de la acción colectiva: tres modelos de análisis de la participación política no institucional, *Revista de psicología social*, **5**, 185-214.
- van Deursen, A., van Dijk, J. and Ebbers, W. (2006) Why E-government Usage Lags Behind: Explaining the Gap Between Potential and Actual Usage of Electronic Public Services in the Netherlands, In *Electronic Government*, Vol. 4084 Springer Berlin / Heidelberg, pp. 269-280.
- van Deursen, A. J. and van Dijk, J. (2009) Using the Internet: Skill related problems in users' online behavior, *Interacting with Computers*, **21**, 393-402.
- van Deursen, A. J. and van Dijk, J. (2010) Internet Skills and the Digital Divide, *New Media & Society*, **12**, 1-19.
- van Dijk, J. (2000) Models of democracy and concepts of communication, In *Digital democracy: Issues of theory & practice*(Eds, Hacker, K. L. and van Dijk, J.) Sage Publications, Thousand Oaks, CA, USA, pp. 30-53.
- Van Dijk, J. (2005) *The deepening divide: Inequality in the information society*, Sage Publications, Inc.
- van Dijk, J. (2006) Digital divide research, achievements and shortcomings, *Poetics*, **34**, 221-235.
- van Dijk, J. and Hacker, K. (2003) The digital divide as a complex and dynamic phenomenon, *The information society*, **19**, 315-326.

- van Dijk, J., Pieterse, W., van Deuren, A., Ebbers, W., Wimmer, M., Scholl, J. and Grönlund,   . k. (2007) E-Services for Citizens: The Dutch Usage Case
Electronic Government, Vol. 4656 Springer Berlin / Heidelberg, pp. 155-166.
- Verba, S. and Nie, N. H. (1972) *Participation in America*, Harper & Row, New York.
- Verba, S., Nie, N. H. and Kim, J. (1987) *Participation and political equality: A seven-nation comparison*, University of Chicago Press, Chicago.
- Verba, S., Schlozman, K. L. and Brady, H. E. (1995) *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*, Harvard Univ Press, Harvard.
- Von Wright, G. H. (1971) *Explanation and Understanding*, Cornell University Press, Ithaca, N.Y.
- Ward, S., Gibson, R. and Lusoli, W. (2003) Online Participation and Mobilisation in Britain: Hype, Hope and Reality, *Parliamentary Affairs*, **56**, 652-668.
- Weaver, D. and Drew, D. (2001) Voter Learning and Interest in the 2000 Presidential Election: Did the Media Matter?, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, **78**, 787-798.
- Xenos, M. and Moy, P. (2007) Direct and Differential Effects of the Internet on Political and Civic Engagement, *Journal of Communication*, **57**, 704-718.
- Yun, S. and Chang, W.-Y. (2010) Political Participation of Teenagers in the Information Era, *Social Science Computer Review*, **29**, 242-249.
- Zillien, N. and Hargittai, E. (2009) Digital Distinction: Status-Specific Types of Internet Usage*, *Social Science Quarterly*, **90**, 274-291.
- Zmerli, S., Newton, K. and Montero, J. R. (2007) Trust in people, confidence in political institutions, and satisfaction with democracy, In *Citizenship and Involvement in European Democracies. A comparative analysis*(Eds, Van Deth, J. W., Montero, J. R. and Westholm, A.) Routledge, New York.